

El poder de las redes

DAVID DE UGARTE

Indice

Información general sobre este libro

Créditos y reconocimientos

Este libro fue escrito por David de Ugarte, socio del Grupo Cooperativo de las Indias, quien lo cede al dominio público.

La maquetación y el diseño de la edición en papel son obra de Beatriz Sanromán y Beto Compagnuci que también ceden su aportación al dominio público.

Sin la orientación y crítica de Juan Urrutia, Natalia Fernández y María Rodríguez, socios del Grupo Cooperativo de las Indias, y la discusión y el trabajo cotidiano de toda la comunidad indiana, este libro nunca habría visto la luz.

Qué puedes hacer con este libro

Qué no puedes hacer con este libro

¿De qué trata este libro?

Que estamos en un tiempo de cambios y que esos cambios tienen que ver de alguna manera con las «redes sociales» es ya una idea común, extendida y repetida hasta el cansancio. Sin embargo, nadie parece tener muy claro qué son esas famosas redes y, si son algo más de los nuevos «libros de cromos» popularizados por servicios web como «Facebook», qué tienen de nuevo. A fin de cuentas, si las redes de las que hablamos son las que forman las personas al relacionarse unas con otras, la sociedad siempre ha sido una red. Y si hablamos de movimientos de activistas también estuvieron siempre ahí, relacionándose unos con otros en una especie de universo hiperactivo y paralelo. Hay, sin embargo, dos elementos nuevos relacionados con esta cuestión que todo el mundo entiende intuitivamente. Por un lado, Internet y su consecuencia más directa: la eclosión de una nueva esfera de relación social que pone en contacto a millones de personas cada día. Por otro, la aparición en los últimos años de una amplia literatura sobre redes aplicada a todos los campos, desde la física o la biología hasta la economía, con toda su inevitable secuela de libros de divulgación, aplicaciones al marketing y juegos publicitarios.

Y luego hay toda una serie de movimientos que van desde la revolución hasta la protesta cívica, pasando por una nueva suerte de sofisticadas algaradas que nadie sabe clasificar muy bien y que llenan páginas en los periódicos. Saltaron a la luz pública cuando en el año 2000 una multitud tomó las calles de Manila para pedir la dimisión del presidente Estrada. Los medios destacaron entonces la ausencia de convocantes y cómo las organizaciones políticas y sindicales se vieron arrastradas a seguir a la gente en vez de dirigirla. Pero aquello estaba lejos de la vieja Europa y tampoco le hicimos demasiado caso, tan sólo el suficiente como para que muchos de los miles de protagonistas de las movilizaciones del 13 de marzo de 2004 en España supieran hasta qué punto podían impulsar un cambio decisivo. Fue «la noche de los teléfonos móviles» y, aunque todavía se discute en qué medida pudo influir en el resultado electoral del día siguiente, nadie puede negar que supuso un momento de radical novedad en la historia española. En un librito publicado en la red unos meses antes, el economista Juan Urrutia había vaticinado la inminencia de este tipo de movilizaciones y aportado las claves metodológicas para entenderlas. Las bautizó también como «ciberturbas». Un año y medio después, en noviembre de 2005, la policía francesa confesaba su impotencia para contener la revuelta de los arrabales aduciendo la velocidad a la

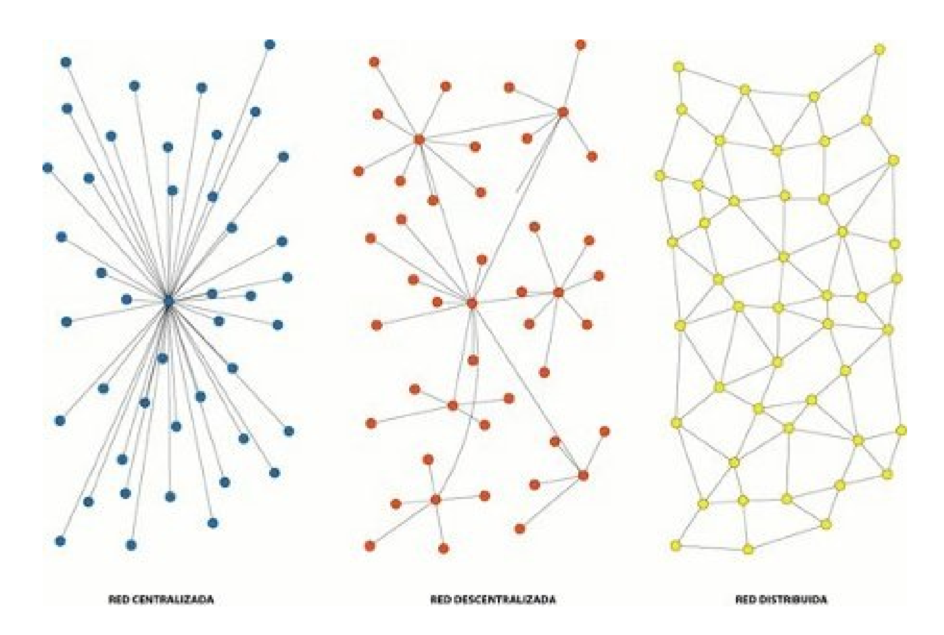
que los revoltosos adquirían técnicas y experiencias de verdadera «guerrilla urbana». Desde entonces el rosario de movilizaciones no ha cesado: desde Grecia a la revolución democrática tunecina, pasando por las movilizaciones postelectorales en Irán, el mapa político del mundo se ha ido llenando de referencias de nuevo tipo.

Algunos apuntan a la aparición de un nuevo y misterioso sujeto colectivo. Howard Rheingold lo llamó las «multitudes inteligentes». En este libro no nos acercaremos a ellas como si formaran parte de un mismo movimiento, con objetivos más o menos comunes, sino como síntomas de una nueva forma de organización y comunicación social con la que se pueden defender ideas muy diferentes, cuando no opuestas. Movilizaciones como las que en España condujeron al «macrobotellón» de la primavera de 2006 o los hoy famosos «indignados», entrarían también en este hit parade de ciberturbas que revelan que algo está cambiando. Definir ese algo y cómo las personas normales podemos ganar con ello independencia y poder de comunicación es el objeto de este libro. Se divide en tres partes. La primera parte contiene una brevísima historia de cómo las redes sociales, el mapa de relaciones a través del cual se mueven las ideas y la información, han cambiado a lo largo del tiempo impulsadas por las distintas tecnologías de comunicación. La segunda parte se centra en los nuevos movimientos políticos, desde las Revoluciones de Colores en el Este de Europa hasta las ciberturbas en distintos lugares del mundo, para finalmente trazar los dos modelos fundamentales de ciberactivismo que llevan a la difusión masiva de nuevos mensajes desde la propia red. En la tercera parte se critica la llamada «web 2.0», mostrando los límites que la cultura de la adhesión impulsada por servicios web como Facebook o Twitter imponen al ciberactivismo y dar paso a una reflexión general sobre el nuevo modo de pensar al que nos aboca la comunicación en redes distribuidas.

Breve historia de las redes sociales

Tras toda arquitectura informacional se esconde una estructura de poder. Eslogan del grupo ciberpunk español hacia 1990.

El siguiente gráfico sostiene de alguna manera todo lo que vendrá a continuación, así que lo ideal sería que el lector lo tuviera siempre presente. Fue creado por Paul Baran para fundamentar la estructura de un proyecto que más tarde se convertiría en Internet.



Si observamos atentamente, los tres gráficos unen los mismos puntos de diferente manera. Estas tres disposiciones –técnicamente llamadas topologías– describen tres formas completamente distintas de organizar una red: centralizada, descentralizada y distribuida. La idea central subyacente en el presente libro es que la clave para poder explicar la gran mayoría de los nuevos fenómenos sociales y políticos a los que nos enfrentamos consiste en entender la diferencia entre un mundo en el que la información se distribuye en una red descentralizada y otro en el que lo hace en una red distribuida, por lo que recomendaría que el lector marcara esta página y volviera a ella cada cierto tiempo.

Pero volvamos a su autor original. En 1964 Paul Baran había recibido un importante encargo de la RAND Corporation, el think tank científico de la defensa norteamericana: describir qué estructura debían de tomar las

comunicaciones de datos para sobrevivir a la primera oleada de un ataque nuclear soviético.

Baran se dió cuenta de que en una red centralizada, la desconexión del nodo central destruye inmediatamente toda la red. Una red descentralizada era en cambio mucho más robusta: al eliminar uno de los nodos localmente centralizadores la red no desaparecía completamente aunque algunos nodos quedaban desconectados y generalmente la red se rompiera en varios trozos. Baran se preguntó si no era posible definir una red cuya característica principal fuera que al eliminar cualquier nodo ningún otro quedara desconectado. Llamó a este tercer tipo «redes distribuidas» y propuso su uso para conectar entre si los ordenadores de las grandes universidades que habían recibido fondos de investigación de la defensa. Esa red, DARPANet, se conocería más adelante como Internet.

Pero donde Baran veía ordenadores y cables, nosotros podemos ver todo un relato histórico.

La red centralizada correspondería casi perfectamente a la estructura de las redes de postas que eran el principal sistema de comunicación hace tres siglos. En el sistema de postas cada carta enviada de un punto a otro tenía que pasar necesariamente por la capital, la ciudad central donde vivía el rey y estaba establecido el poder que literalmente permitía que unos lugares se conectaran con otros. Son los tiempos de la monarquía absoluta, los monopolios reales y el estado confesional.

El sistema era especialmente rígido con las colonias americanas. En el Imperio Portugués por ejemplo, estaba prohibido construir caminos entre las distintas colonias brasileñas y para enviar una carta de Río a Bahía tenía que viajar hasta Lisboa sólo para volver por barco a América. No es de extrañar que los primeros periódicos estuvieran en los puertos y sus noticias principales fueran precisamente las llegadas y salidas de barcos. En cambio, los periódicos con opinión y noticias políticas nacerán necesariamente en las capitales, donde las noticias llegaban antes que a ningún otro lado a través del correo. De hecho todavía hoy la prensa llama «corresponsales» -es decir colaboradores por correspondencia- a quienes escriben fuera de la sede central del periódico. Cuando durante la revolución francesa aparezca la primera forma de los partidos políticos modernos, «los clubs», funcionarán exactamente igual: sobre un centro en París con corresponsales en la provincia. Basado en el mismo sistema

centralizado de comunicaciones, el modelo de estado al que darán lugar los partidos de la revolución francesa será tan centralista como el de la monarquía absoluta. De hecho, todavía hoy se conoce al centralismo extremo como «estado jacobino».

Pero en 1844 Samuel Morse envíó por primera vez una noticia a través de su «telégrafo eléctrico», en noviembre de 1851 se abrió al público la primera línea de telégrafo entre el Reino Unido y Francia. El primer mensaje directo entre Londres y París llegaba pocos meses más tarde cuando un emprendedor alemán, Paul Julius Reuter, consigue conectar por primera vez París y Londres a través de un cable submarino. Su idea: compartir las cotizaciones de las bolsas europeas en tiempo real. Los «cables» de Reuter pronto llevarán noticias de todo tipo y no sólo los inversores, sino los periodicos locales comenzarán a comprarlas. Reuter pronto se dará cuenta del valor de sus «scoops», sus cables con noticias impactantes que llegan mucho antes que las crónicas que se envían por barco. Nace entonces la agencia Reuter’s y en 1853 cuando estalla la guerra de Crimea consigue el apoyo del Almirantazgo y el diario «The Times» para tender su red hasta el mismo mar Negro donde ingleses, franceses, italianos, rusos y otomanos batallan por el control de las puertas de Asia.

Eran los comienzos de lo que Tom Standage bautizó, en un estupendo libro epopeya, como «Internet victoriana». Aunque Standage se muestra irónico en su libro sobre el efecto final del telégrafo en las relaciones diplomáticas, en la medida en que modificó los asuntos militares, no deja de ser interesante que los tres primeros protagonistas de aquella red de cables submarinos -EEUU se conectó a la red británica en 1858- hayan formado un bloque hasta ahora. Y es que el telégrafo no sólo unió las bolsas, sino que unió y mestizó los intereses económicos de los tres países, dando impulso tanto a la primera globalización como al imperialismo. Les unió de hecho con más potencia que la rivalidad generada por las fuerzas centrífugas de la competencia. Y el nacimiento de las agencias de noticias (Associated Press y Reuter's), hijas directas del telégrafo, contribuyó además a casar el «orden del día» del debate público entre ellas.

Es difícil entender hoy el cambio que supusieron las agencias de noticias para la democracia. Al principio la novedad consistió en que permitieron incorporar noticias nacionales y globales a la prensa local en un momento en que la alfabetización crecía tanto por necesidades productivas (las máquinas requerían cada vez más habilidades de manejo por parte de los obreros) como por la acción educativa del propio movimiento sindical y asociativo.

Pero al incorporar la prensa popular (y no sólo la «burguesa», inaccesible para la mayoría de las personas tanto por sus costes como por su lenguaje), asuntos nacionales e internacionales, hasta entonces reducto de las cancillerías y la elite, la política exterior y «de Estado» pasó a formar parte de aquello sobre lo que cualquier ciudadano medio, independientemente de su clase social, tenía una opinión. Los argumentos del sufragio censitario se hacían obsoletos porque la información y la opinión abarcaban ahora al conjunto de la ciudadanía.

De hecho, el telégrafo también fue fundamental en el ascenso de nuevos sujetos con nuevos valores. Fue la clave que permitió soñar con acciones sindicales coordinadas entre Francia e Inglaterra. La convocatoria en 1864 de la conferencia que daría pie a la fundación de la Primera Internacional fue una consecuencia directa del tendido del primer cable telegráfico bajo el Canal de la Mancha. Se trataba de contrarrestar que los patrones enfrentaran las huelgas a un lado y otro del canal trasladando la producción. Los sindicatos y los grupos obreros habían visto en el telégrafo la posibilidad de coordinar sus reivindicaciones. El internacionalismo obrero, que marcaría el final del siglo XIX y el primer tercio del XX, fue, al igual que su opuesto, el imperialismo, una posibilidad sólo abierta por aquella primera red internacional de cables de cobre.

Y es que la tecnología, en especial la de comunicaciones, genera las condiciones de posibilidad de los cambios en la estructura de poder. Daniel R. Headrick, en «The Tools of Empire», defiende la tesis de que el imperialismo decimonónico europeo, que llegó a dominar tres cuartas partes de la superficie terrestre, sólo fue posible cuando la tecnología de transportes y telecomunicaciones permitió que

> las redes económicas se establecieran […]. A fin de cuentas, antes de que una colonia pudiera convertirse en valiosa y en un anexo de una economía europea, se tenía que haber tendido una red de comunicaciones y transporte.

Pero la traducción política completa de las consecuencias de la nueva estructura de la información llegaría con la Segunda Internacional (1889). Su objetivo era fomentar grandes organizaciones que coordinaran los movimientos sociales a nivel nacional y llevaran los intereses de los trabajadores a la agenda política y los Parlamentos.

Podemos decir que la socialdemocracia original y su modelo, el SPD, son los hijos de aquella visión «descentralizada» (que no distribuida) del mundo, desde

su organización territorial hasta su concepción del Estado. El caso del socialismo francés es anecdóticamente llamativo, ya que su historia va ligada, por encima de París, a una pequeña ciudad de provincias, Clermont Ferrand, cuya centralidad reside en la estructura ferroviaria y telegráfica francesa.

Hoy nos parece natural, por establecida, la concepción descentralizada del poder, la articulación de las organizaciones humanas (Estados, empresas, asociaciones, etc.) en niveles jerárquicos correspondientes a espacios territoriales. Nos parece natural la estructura de representación social y política que de ahí deriva y nos parece natural que se produzca mediante progresivas fases de centralización (local, regional, nacional, internacional, global, etc.) de decisiones que en cada nivel se producen sobre un universo igual de temas.

Esto no era así antes del telégrafo, ni siquiera en las organizaciones políticas más «avanzadas» surgidas de la Revolución francesa. La concepción centralizada era tan pura como el universo de temas era diferente en cada nivel (cuando había varios). La tendencia era una réplica del sistema de postas del Antiguo Régimen, el famoso centralismo jacobino.

Las estructuras descentralizadas son producto de un problema técnico: por el deficiente aislamiento de los cables telegráficos de las primeras décadas, era imposible reproducir con los primeros telégrafos los largos recorridos de los correos, así que, dado que hacían falta más estaciones que postas y estas involucraban una cierta infraestructura específica, resultaba racional que actuaran como centralizadores locales distribuyendo los mensajes en una red que era ya descentralizada.

A largo plazo estas estructuras tendrán su propia lógica, generando nuevos nodos superiores no nacionales, como las agencias de noticias primero o las primeras multinacionales después. Así, IBM demostró el vigor de la jerarquización autónoma de sus nodos hasta el extremo abasteciendo a ambos bandos durante la Segunda Guerra Mundial. Según algunos investigadores, la lógica, además, era la de una organización descentralizada «pura», donde una rama del árbol puede aislarse del resto. IBM, ante los requerimientos de la cancillería nazi de obtener información tecnológica aliada y del presidente Roosevelt de bloquear el sistema de gestión alemán, había dado un ultimátum simétrico a ambos, parejo a una promesa de impermeabilidad. Sólo el presidente fundador de IBM, cúspide del árbol jerárquico descentralizado, disponía de la información de ambos lados. Para hacerlo posible legalmente, la rama alemana de la multinacional se había

vuelto completamente independiente desde 1941.

La primera revolución de las redes, la que configuró nuestro mundo, supuso el paso de la tendencia a la organización centralizada y nacional propia del Estado moderno a la descentralizada e internacional de los siglos XIX y XX. Pasamos de los estamentos locales a las clases nacionales, de la guerra entre Estados a las guerras entre bloques y alianzas, de la colonia al imperialismo, de los partidos-club a los partidos de masas. Y todo ello fue posible gracias a la primera gran revolución de las telecomunicaciones.

El paso de las postas (o sea de la red centralizada) al telégrafo (la red descentralizada), supuso el fin del poder de filtro de un único agente sobre la información que recibían los demás. Con la red descentralizada vivimos la aparición del pluralismo y la democracia representativa universal, del sistema de agencias de noticias y periódicos moderno, de las multinacionales y del estado federal.

Al final de la Segunda Guerra Mundial el mundo había desarrollado de forma completa la forma descentralizada que subyacía como posibilidad en el telégrafo. De hecho las comunicaciones serán ya mucho más que el telégrafo. Las mismas necesidades de la guerra y de las empresas para la gestión de un mundo globalmente descentralizado llevarán al desarrollo de nuevas herramientas para el proceso de información.

En 1944, en Bletchley Park, el centro criptográfico británico, Alan Turing anima la construcción de Colossus, el primer ordenador. Nace la informática. Pero no nos confundamos, en el viejo mundo los informáticos llevaban bata blanca. Eran la más pura representación de la tecnocracia, encarnación del mito popular del científico nacido de la Gran Guerra y cultivado por el pulp de los cincuenta.

Sus arquitecturas podían entenderse como una gran metáfora del Estado socialista ideal. Un centro todopoderoso y benevolente atendido por sacerdotes/científicos en salas acondicionadas. Para los mortales, terminales tontos en fósforo verde. No se exige etiqueta ni bata. Todos iguales, todos acceden, de manera limitada y acotada por la autoridad central, a la información que se procesa en el sanctasanctórum. Todos son iguales, menos los que no lo son, los que también emiten.

«Creo que queríais desconectarme, pero me temo que no puedo permitir que eso

suceda», dice HAL, la supercomputadora inteligente de «2001: Una odisea en el espacio». Cuando la novela de Arthur C. Clarke fue trasladada al cine en 1968, el doctor Chandra, entrenador de HAL, resultó ser un personaje muy creíble.

Antes de un año Estados Unidos enviaría los primeros humanos a la Luna. Las macroinversiones necesarias para este subproducto de la carrera armamentística permitirían a los ordenadores ser más rápidos, más potentes, almacenar sistemas de memoria e interconectarse. En la borrachera del avance rápido muchos compartirían la fantasía de la inteligencia artificial, de HAL, símil y proyecto de todo un mundo de felices e incuestionables burócratas del conocimiento que trabajaban en sitios como Bell Labs o IBM. Arthur C. Clarke se permite una broma con el código ASCII que asocia caracteres a números en la naciente cultura informática: H+1 = I; A+1 = B; L+1 = M; HAL+3 = IBM. En tres decenios más de carrera espacial IBM lanzaría computadores inteligentes.

Pensaban en la inteligencia artificial como un mero desarrollo lineal, como un árbol que es más fuerte cuanto más crece… hasta que las máquinas llegaran a pensar o, cuando menos, a pasar el test de Turing, a hacerse indistinguibles de un humano en una conversación a ciegas.

Pero en aquella época ya había signos de que el sistema descentralizado global estaba cerca de su punto de autocriticidad. El valor de la producción crece continua y dramáticamente frente a su peso en toneladas. El porcentaje del valor debido al componente científico-técnico y creativo en el total de la producción es cada vez más determinante. Pero mientras el sistema necesita cada vez más de la ciencia y la creatividad, el sistema de incentivos del modelo de producción jerárquica descentralizada parece ser más un freno que otra cosa.

Pronto aparecen las primeras respuestas culturales cuajadas como fenómeno masivo en el movimiento estudiantil de 1968 en Estados Unidos. Ascienden nuevos valores y nuevos sujetos. En los puntos de cruce de la gran informática y la academia aparece un nuevo tipo de personaje: el hacker. Su modelo de producción intelectual y proceso de la información, nacido en los entornos de las principales universidades norteamericanas, se parecerá al de un bazar frente al de la empresa catedral, como relata en su famoso libro Eric S. Raymond.

Las dos primeras escaramuzas de aquel entonces mínimo círculo tendrán consecuencias globales. La primera, en 1969, la protagonizaría Whitfield Diffie, un joven matemático que había recorrido Estados Unidos buscando y

ensamblando pistas sueltas sobre la evolución (secreta) de la criptografía desde el estallido de la guerra mundial. Entrevistando a veteranos, peinando bibliotecas y memorias, fue creando el mapa fragmentario de un mundo oculto. Nadie le financiaba. Diffie lo hacía por puro placer. Era un hacker de pura cepa. Seguramente el primer hacker de la sociedad de la información. Pronto llegaría más lejos de lo que ningún sistema de inteligencia había llegado hasta la fecha: descubrió e implementó la criptografía asimétrica, la base actual de todas las comunicaciones seguras. Con él la criptografía saldría del mundo del secreto (militar) y pasaría al de la privacidad, saldría de la cerrada comunidad de inteligencia y se incorporaría a la de los hackers y los matemáticos aplicados, para disgusto e infinitos pleitos de las agencias gubernamentales norteamericanas.

Cuando leemos el estupendo relato de esta epopeya que hace Steven Levy en «Crypto», no podemos dejar de preguntarnos cómo pudo llegar a suceder. ¿Cómo quince años antes de caer el muro de Berlín pudo escapársele al sistema burocrático científico más paranoide de la historia algo tan importante como la posibilidad del cifrado asimétrico seguro? ¿Cómo pudieron colárseles unos cuantos hippies y desmontar el poder de las hasta entonces todopoderosas agencias? ¿Cómo se le escapó a IBM?

Lo que había pasado era sólo un anuncio del mundo por venir. La respuesta es sencilla: la lógica del sistema de incentivos. Como diría cualquier economista, simplemente los incentivos que el viejo sistema cerrado podía producir no se alineaban con los nuevos objetivos a conseguir. Era cuestión de tiempo que apareciera un Diffie.

La segunda batalla aún se libra: su iniciador tal vez sea el hacker más famoso de la historia, Richard Stallman, quien, incapaz de comprender cómo se le impedía legalmente compartir o mejorar sus propios desarrollos, realizó una crítica demoledora de la propiedad del software cuyas consecuencias, la licencia GNU, GNU-Linux, etc., serán la base de la primera gran estructura de propiedad libre en desarrollo distribuido de la historia, el movimiento del software libre.

Pero para la eclosión de todo este nuevo sistema alternativo de producción de conocimientos serían necesarias todavía dos cosas: la aparición de herramientas personales de computación y una red global distribuida de comunicaciones entre ellas. Es decir: el PC e Internet.

Estamos ya en 1975, en Los Altos, California. Una imagen tópica. Dos hackers comparten taller en el garaje. Fabrican y venden Blue Boxes, circuitos que conectados al teléfono engañan a las centralitas de la Bell y permiten hablar sin pagar. Se llaman Steve Jobs y Steve Wozniak. Wozniak presenta el proyecto de construir un ordenador para uso personal en el Homebrew Center, un club de hackers de la electrónica. Jobs le ofrece un plan: venderá su camioneta si Wozniac vende su calculadora (entonces aún eran caras), y juntos montan un taller de ensamblado en el garaje. Pero Wozniac trabaja en HP. Su contrato le obliga a ofrecer a la empresa cualquier desarrollo antes de hacerlo por cuenta propia. Solicitan una reunión y plantean la idea. La respuesta es la esperada: los ordenadores sirven para gestionar grandes procesos sociales, requieren potencia, más de la que una pequeña máquina podría ofrecer sin servir, además, para nada que la gente quiera tener en casa; un ordenador personal sería como un bonsai con dificultades para arraigar. ¿Quién podría querer algo así?

Y efectivamente, el Apple I no era un derroche de potencia: 4 Kb ampliables a cuatro más y con almacenamiento en cinta de casete opcional. Pero fue el primer paso para desconectar a HAL. En abril de 1977 se presenta Apple II y en 1979 Apple III, que ya tiene 48 Kb.

Nadie tiene que explicar ya qué es o para qué sirve un ordenador personal. En las universidades la naciente comunidad hacker sigue el ejemplo y monta ordenadores por componentes. Un modelo que seguirá IBM al año siguiente cuando diseñe su IBM PC. Un intento por liderar los nuevos tiempos.

La idea no era mala. Suponía diseñar, ensamblar y vender, en arquitectura abierta, un ordenador de componentes baratos fabricados por otros. Utilizar todo el poder de marca de IBM bastaría para merendarse al naciente mercado doméstico y mantener en segmentos específicos a los posibles licenciadores y fabricantes de clónicos.

Pero no fue así. Las cosas habían cambiado. IBM pensaba en sus máquinas como sustitutas relativamente autónomas de los tradicionales terminales tontos. Pensaba en el PC como en una pieza dentro de la vieja arquitectura centralizada, ramas más gruesas para sus árboles. Al tener un modelo universal de arquitectura abierta, los hackers de la electrónica pudieron empezar a construir sus propias máquinas compatibles por componentes e incluso a venderlas luego mucho más baratas que los originales del gigante azul. El sueño del hacker, vivir de ello, se hacía realidad. Los hackers de la electrónica de los setenta acabaron

montando PC por su cuenta en pequeños talleres, tiendas y garajes. Sin valedores tekis, Apple desaparecería hasta del underground, pero el PC se separaría progresivamente de IBM. Cuando tienes en casa más de un ordenador, aunque sólo sea para montarlo para otros, es inevitable la tentación de comunicarlos y ponerlos en red. Cuando tus amigos tienen módem y puedes dedicar un ordenador sólo a compartir con ellos, es inevitable –sobre todo cuando las llamadas locales son gratuitas– dejarlo conectado todo el día para que entren cuando quieran. Cuanto más potentes se volvían los PC, más potentes se volvían también las arquitecturas de red de los hackers.

Como una enredadera que crece sobre un árbol, el uso de un nuevo tipo de herramientas va extendiéndose y diferenciándose poco a poco a lo largo de los años ochenta. Están naciendo las estructuras que darán forma al nuevo mundo. Son los tiempos de las redes LAN caseras, de las primeras BBS, del nacimiento de Usenet. La Internet libre y masiva se acerca. Eran inventos diferentes, hechos por gente diferente, con motivaciones diferentes. Era lo que pedían los tiempos. Aunque ellos, los hackers de entonces, ni siquiera lo sabían, expresaban no sólo su forma de organizarse y representar la realidad, sino la arquitectura completa de un nuevo mundo que debía representarse y organizarse reticularmente para poder funcionar y dar cabida a un nuevo tipo de incentivos. Pronto, una enredadera cada vez más densa de pequeños ordenadores bonsai cubriría a HAL hasta desconectarlo para siempre…

En sólo unos párrafos hemos hecho un viaje fulgurante. La descentralización nacida como posibilidad con el telégrafo había reordenado el mundo casi por completo al final de la Segunda Guerra Mundial. Pero un mundo global descentralizado es un mundo con grandes necesidades de gestión, un mundo que precisa de ordenadores e información instantánea.

Información, tecnología y creatividad pesarán cada vez más en el valor de la producción. Pero es difícil organizar bajo una estructura jerárquica descentralizada tanto la creatividad como el desarrollo científico. Como ironiza Pekka Himanen en su libro «La ética del hacker y el espíritu de la era de la información»:

> ¿Cómo podría Einstein haber llegado a la fórmula E = mc2 si su actividad se hubiera dado en el caos de grupos de investigadores autoorganizados? ¿Acaso no opera la ciencia con una jerarquía tajante, liderada por un empresario en Ciencia, con directores de división para cada disciplina?

La cultura hacker representará la forma de organización alternativa propia del sistema de incentivos reclamado por esos grupos de investigadores autoorganizados. Sistema de incentivos que cuestiona la llamada «propiedad intelectual» y la propia topología de la estructura de la información. Para crear, para generar valor, los hackers necesitarán libre acceso a las fuentes de información. Cada nodo reclamará su derecho a conectarse con los demás sin pasar por los filtros de los nodos «centrales». Así, darán una forma nueva al desarrollo de las herramientas tecnológicas heredadas. El PC e Internet son las formas que, bajo una estructura distribuida, toman la informática y la transmisión de datos. Pero si hay algo poco inocente es la estructura de la información. La topología aporta valores. Como bien analiza Himanen, el movimiento hacker desarrollará una ética del trabajo basada en el reconocimiento, y no en la remuneración, y una ética del tiempo en la que desaparece la división calvinista entre el trabajo entendido como castigo divino y el tiempo «libre» asociado al gozo. Esos valores se incorporarán al diseño de las nuevas herramientas y a los cambios culturales y políticos que provocarán.

Sí. Cambios políticos. Porque el cambio en la estructura de la información que supondrá Internet abrirá la puerta a una nueva distribución del poder. Con Internet conectando millones de pequeños ordenadores jerárquicamente iguales nace la era de las redes distribuidas, que abre la posibilidad de pasar de un mundo de poder descentralizado a otro de poder distribuido. El mundo que estamos construyendo.

De la pluriarquía a la blogsfera

En toda estructura descentralizada aparece necesariamente la jerarquía. Cuanto más arriba estemos en la pirámide informacional, menos dependeremos de otros para recibir la información y más posibilidades de transmitirla tendremos. La visión de un suceso dada por una noticia de agencia de prensa mundial llegará al último rincón del planeta, mientras que la de la prensa local –aunque sea de ese mismo lugar– apenas cruzará las fronteras más cercanas, así sean opuestas y la local esté mejor fundamentada. Las declaraciones del secretario general de un partido llegarán a todos sus miembros a través de los canales internos, pero las del secretario local no saldrán de los límites de su pueblo.

La capacidad para transmitir es la capacidad para unir voluntades, para convocar, para actuar. La capacidad para transmitir es una condición previa a la acción política Y en toda estructura descentralizada, dicha capacidad se concentra, en realidad, en unos pocos nodos.

En las redes distribuidas, por definición, nadie depende de nadie en exclusiva para poder llevar a cualquier otro su mensaje. No hay filtros únicos. En ambos tipos de red «todo conecta con todo», pero en las distribuidas la diferencia radica en que un emisor cualquiera no tiene que pasar necesariamente y siempre por los mismos nodos para poder llegar a otros. El periódico local no tiene que convencer de su punto de vista al periodista de la agencia encargado de su zona y el secretario del partido de turno en un pueblo no tiene que convencer a toda la ristra de secretarios comarcales, provinciales y regionales para poder llegar a sus compañeros en otros lugares.

Entonces, ¿las redes distribuidas no tienen formas políticas de organización? No, lo que ocurre es que estamos tan acostumbrados a vivir en redes de poder descentralizadas, que confundimos la organización de la representación con la organización de la acción colectiva. La perversión de la descentralización ha llegado a tal punto que «democracia» se ha convertido en sinónimo de elección de representantes, es decir de nodos filtro.

Lo que define a una red distribuida es, como dicen Alexander Bard y Jan Söderqvist, que

> todo actor individual decide sobre sí mismo, pero carece de la capacidad y

> de la oportunidad para decidir sobre cualquiera de los demás actores.

En este sentido, toda red distribuida es una red de iguales, aunque haya nodos más conectados que otros. Pero lo importante es que, en un sistema de este tipo, la toma de decisiones no es binaria. No es «sí» o «no». Es «en mayor o menor medida».

Alguien propone y se suma quien quiere. La dimensión de la acción dependerá de las simpatías y grado de acuerdo que suscite la propuesta. Este sistema se llama pluriarquía y, según los mismos autores,

> hace imposible mantener la noción fundamental de democracia, donde la mayoría decide sobre la minoría cuando se producen diferencias de opinión.

Aunque la mayoría no sólo no simpatizara con una proposición, sino que se manifestara en contra de la misma, no podría evitar su realización. La democracia es, en este sentido, un sistema de escasez: la colectividad tiene que elegir entre una cosa y otra, entre un filtro y otro, entre un representante y otro.

Con un sistema pluriárquico se entiende por qué en las redes no existe «dirección» en el sentido tradicional, pero también por qué inevitablemente surgen en su interior grupos cuyo principal objetivo es conferir fluidez al funcionamiento y los flujos de la red. Son grupos especializados en proponer acciones de conjunto y facilitarlas. No suelen estar orientados hacia fuera, sino hacia el interior, aunque inevitablemente acaben siendo tomados, desde fuera, por la representación del conjunto de la red o, cuando menos, como la materialización de la identidad que los define. Estos grupos son los netócratas de cada red, sus líderes en un cierto sentido, ya que no pueden tomar decisiones pero juegan con su trayectoria, prestigio e identificación con los valores que aglutinan la red o parte de ella a la hora de proponer acciones comunes.

¿Qué sucede cuando una estructura distribuida se enfrenta a una descentralizada? Pues que la distribuida lleva las de ganar en capacidad de movilización y rapidez de reflejos. No faltan ejemplos en los últimos años de gobernantes que han pensado que bastaría con controlar los filtros tradicionales (prensa y TV) para condicionar a los ciudadanos asegurándose de que sólo les llegara la información conveniente. El trasfondo de las nuevas redes informacionales distribuidas les enfrentaría, sin embargo, a miles de ciudadanos en las calles. En algunos casos (Filipinas, España, etc.) les llevó a abandonar el poder. Pero lo importante no es

tanto el resultado como el fondo que sintomatizaron.

Se han llenado miles de páginas sólo para tratar de entender en qué se basaban las cadenas de SMS, el poder del «boca a boca» electrónico, pero en realidad no es más que la punta del iceberg. Lo cierto es que estas ciberturbas habrían sido impensables sin el nacimiento de un nuevo medio de comunicación distribuido.

Cuando Himanen escribió «La ética del hacker», su modelo se basaba en las comunidades de desarrollo de software libre. Unos años después, la misma lógica de la información distribuida había llegado al terreno de la información general y construcción de opinión pública. La clave: las bitácoras (blogs).

Los blogs son sistemas personales, automáticos y sencillos de publicación que, al extenderse, han permitido el nacimiento del primer gran medio de comunicación distribuido de la historia: la blogsfera, un entorno informativo en el que se reproducen los presupuestos, las condiciones y los resultados del mundo pluriárquico.

Los bloggers representan lo contrario del periodista. Como los hackers de Himanen, rara vez se especializan, escriben por igual sobre los avatares de su vida personal que sobre temas de actualidad internacional o local. El autor es a veces fuente directa, muchas veces analista de otros bloggers y fuentes y casi siempre seleccionador de terceras fuentes para sus lectores. En los blogs, la vida personal del autor no está separada de la información general y la opinión. Y esa no separación entre vida, trabajo e ideas es una traducción directa de la ética hacker, una negación práctica de la división del trabajo propia de las redes jerárquicas descentralizadas.

El incentivo del blogger, además, es el prestigio, el número de lectores, el de enlaces y citas publicadas por otros bloggers como él. La blogsfera es un medio casi totalmente desmonetarizado. El sistema de incentivos que lo sostiene es similar al del software libre; es un entorno pluriárquico basado en el prestigio, que evidentemente generará netocracias más o menos volátiles para cada subred identitaria.

En conjunto, la blogsfera tiende a eliminar la separación emisor/receptor (es una red distribuida donde todos pueden publicar), característica de los medios de los modelos centralizado (ensayado en los países que sufrieron regímenes totalitarios como España) y descentralizado (modelo mediático anglosajón

democrático).

Su potencia reside en que desaparece, de hecho, la capacidad de filtro: eliminar o filtrar un nodo o un conjunto de nodos no frenará el acceso a la información. Al contrario del sistema informativo descentralizado nacido del telégrafo, es imposible «cortar puentes» y controlar la información que llega a los nodos finales mediante el control de unos cuantos emisores.

Resumiendo, la gran red global de bitácoras (la «blogsfera») representa el primer medio global de comunicación distribuida y reproduce todas las categorías de la «ética hacker».

Respecto a la figura del blogger, los viejos medios de comunicación le tildarán de «intruso» o aficionado sin credibilidad, igual que las grandes firmas de software privativo tachaban de amateurs a los desarrolladores de software libre (antes de adaptar la mayoría de ellas, con la vieja IBM, Sun y Novell a la cabeza, sus modelos de negocio a los nuevos sistemas de propiedad copyleft).

Y es que el blogger es la continuación, en la esfera informativa, del hacker (el bricoleur). Un «antiprofesional». Alguien irreducible a las viejas categorías gremiales nacidas de la estructura descentralizada que colgaba de los grandes nodos del poder mediático. La idea del ejercicio del periodismo como actividad, como una habilidad específica que precisaba de unos conocimientos propios y que nace con la industria de la información, no es ninguna novedad. Pulitzer vaticinaba en 1904 que, antes de que terminara el siglo XX, las escuelas de periodismo serían aceptadas como instituciones de enseñanza superior, a semejanza de las facultades de Derecho o Medicina.

Cuando Pulitzer, un «tycoon» de la comunicación, dice esto, está expresando las necesidades del entonces naciente sistema informativo descentralizado, en contraposición a la estructura local y dispersa de los pioneros del periodismo estadounidense.

Pulitzer piensa desde un modelo empresarial industrial al que le hacen falta trabajadores especializados en redactar noticias a la manera en que hacen falta ingenieros para diseñar sistemas de amortiguación. Por eso pide al sistema educativo que los forme. Se acababa el tiempo de los Mark Twain, de los periodistas que eran al tiempo activistas, como el inolvidable director de periódico local en «El hombre que mató a Liberty Valance».

La información del siglo XX seguía el patrón estructural descentralizado de las redes de telecomunicaciones sobre las que se asentaba. La información sería un producto comercializado en exclusiva por los ciudadanos Kane y los Estados. Eran los tiempos del Ford T y el taylorismo, se desvanecía el viejo concepto de «profesional»: ahora «profesional» equivale sólo a especialización con conocimientos técnicos o humanísticos superiores. Se olvida la idea de la profesión como hecho político-moral (de profesar) para igualarse a gremio cualificado.

Es la lógica del periódico como fábrica de noticias, como mediación informativa insustituible y necesaria. Genera sus propios mitos: el periodista ya no es un activista, sino un técnico, un mediador necesario que protagoniza la libertad de expresión y garantiza el derecho colectivo a la información («El público tiene derecho a saber»). Mitos que encubren una realidad: el sistema informativo industrial. Un sistema descentralizado clásico en el que para poder emitir opiniones o visiones de la realidad es necesario contar con un capital equivalente al requerido para montar una fábrica, del mismo modo que para editar un disco o publicar un libro todavía hacen faltan una discográfica o una editorial, respectivamente.

En el modelo del ecosistema informativo descentralizado, los medios eran los cancerberos de la información, que extraían unos profesionales, llamados periodistas, de la misma realidad, dándole su primera forma textual: la noticia. Los periódicos eran, pues, el resultado de una actividad profesional especializada que se aderezaba con la opinión de una serie de firmas, valiosas por su posición en el árbol jerárquico y, se suponía, mejor informadas. La materialización mítica de la figura del periodista era el corresponsal, un señor descontextualizado al que se enviaba –con notables costes– a lugares apartados donde ocurrían sucesos que se juzgaban dignos de ser relatados como noticias. La mejora de los sistemas de comunicación no ha mejorado ni cambiado la estructura de este sistema, sólo ha aumentado su inmediatez hasta el límite: el periodista empotrado de la guerra de Iraq.

En cambio, en la enredadera digital las fuentes aparecen de forma hipertextual y prácticamente en tiempo real, siendo aportadas por los propios protagonistas. Por eso en la nueva estructura reticular de la información el centro del periodismo ya no está en la redacción, en la conversión de la información de hecho a noticia, que era lo que daba sentido a la figura del periodista, sino en la selección de fuentes que están, de todas formas, inmediata y directamente disponibles para el

lector. Esto es lo que hacen la mayor parte de las bitácoras y, por definición, los press-clippings. Lo que aportan es la selección de fuentes desde una mirada propia. Y al igual que ya no tiene sentido entender un periódico como un «fabricante de noticias», la firma, la opinión, ya no se fundamenta en la mejor información atribuida a una persona, ya que la Red da acceso a todo el mundo a las fuentes. Lo importante ahora es la interpretación y el análisis. Es decir, el componente deliberativo que señala la aparición de una verdadera esfera pública ciudadana no mediada industrialmente.

Se trata de una vertiente más del resultado más característico del desarrollo de la sociedad de redes distribuidas: la expansión de nuestra autonomía personal respecto a las instituciones establecidas. Ganamos autonomía, por ejemplo, cuando podemos escribir en nuestra propia bitácora y establecer con otros la relación de medio y de fuente, siendo parte de ese periódico mural que hacemos todos por las mañanas con las pestañas de nuestro navegador. Es decir, la Red nos permite actuar socialmente a cierta escala sin tener que contar con la mediación de instituciones externas, nos permite actuar de hecho como «instituciones individuales» y, en ese sentido, ser mucho más libres, tener más opciones.

En la práctica, la emergencia de una esfera informativa pluriárquica, que es lo que de forma primitiva representan la blogsfera, los agregadores identitarios y los nuevos press-clippings personales, supone un verdadero proceso de reorganización del poder que tiende a una estructura de información distribuida.

Vivimos los primeros días de un nuevo ecosistema mediático que, por su misma arquitectura, asegura de modo más robusto el acceso a la información. El 13-M, cuando los periódicos modificaron titulares a petición del presidente del Gobierno español, don Jose María Aznar, se produjo un verdadero swarming. Al romper por tanto la división entre emisores y receptores, la nueva estructura de la información acaba con el periodista como técnico especializado, haciendo a cada uno periodista de su propio medio o, mejor dicho, nodo del gran medio reticular y distribuido que es la blogsfera como un todo.

No hay que llorar la perspectiva de la muerte del periodista como figura profesional diferenciada ni que temer el fin de los media que hasta ahora monopolizaban la representación de la realidad e instrumentalizaban la democracia. Bajo la blogsfera actual late la potencialidad de una redistribución del poder informativo entre la ciudadanía, donde ningún nodo sea imprescindible

ni determinante, donde todos seamos igualmente relevantes en potencia. Bajo los blogs late, por primera vez, la pluriarquía como posibilidad social real.

Así como el software libre representa un nuevo tipo de bien público no estatal, la blogsfera es un medio de comunicación distribuido, público y gratuito transnacional, la primera esfera pública democrática real y prácticamente universal. Si los media y sobre todo la televisión habían privatizado la vida pública y el debate político, reduciendo el imaginario a un espectáculo totalitario producido industrialmente según los mismos patrones de la producción de las cosas, la blogsfera representa el comienzo de una verdadera reconquista de la información y el imaginario como creaciones colectivas y desmercantilizadas.

Sin embargo, como manifestación en la esfera informativa del fin de la división y la especialización propias de las redes descentralizadas, la blogsfera no sólo pondrá en jaque a los media. Toda estructura de información lleva tras de sí una estructura de poder. Los cambios en la estructura de la esfera informativa son jaques al sistema de representación política. Si en la práctica la blogsfera erosiona la representación mediática, ¿cómo iba a permanecer incólume la representación de los mediadores políticos profesionales?

Al fin, bajo la emergencia de las redes distribuidas se dibuja una perspectiva social y política: un mundo de fronteras difuminadas sin mediadores profesionalizados y «necesarios», sin elites filtradoras «insustituibles». La blogsfera adelanta características de las nuevas formas de organización política pluriárquica.

La primavera de las redes

Entre las primeras «ciberturbas» de Filipinas y la última gran oleada de movimientos de convocatoria distribuida abierta por la revolución democrática tunecina, hubo todo un periodo de transición, marcado por las revoluciones democráticas del Este europeo.

Estos movimientos –que tienen sus propios antecedentes– ya tenían elementos de un mundo y una estructura de la información que son, cada vez más, distribuidos. Merece la pena, aunque sólo sea por eso, detenernos en ellos.

Los ochenta se abrieron con movimientos espontáneos y masivos en Polonia frente a la dictadura comunista. Entonces, el marco de los bloques, con el consiguiente peso de la Iglesia católica como símbolo de identidad nacionalista y la tradición de movilizaciones obreras con los debates sobre el papel de «Solidarność», restaron protagonismo en el relato a las formas reticulares distribuidas y al carácter autoorganizado y espontáneo del movimiento.

Pero fue el final de la década el que evidenció una continuidad indudable entre la experiencia polaca y los nuevos movimientos democráticos. Las referencias básicas las dieron las manifestaciones de finales de 1989 en el Berlín Este aún separado, la Revolución Cantarina que llevó a la independencia de los países bálticos y, sobre todo, la Revolución de Terciopelo checoslovaca.

El baño de sangre en el que acabó «la Golaniada» rumana en 1990 cerró el ciclo, abriendo una etapa en la que los viejos poderes de la época dictatorial se defenderían sanguinariamente en una brutal huida hacia delante y en la que los aparatchiks croatas y serbios llegarían a grados de horror inimaginables en Europa tras la caída nazi.

Habría de ser precisamente en Serbia donde una nueva oleada revolucionaria volvería a marcar el paso de la historia de Europa. La palabra mágica: «Otpor!» («resistencia»). «Otpor!» supuso una novedad y marcó una tendencia que seguimos viendo hoy. Pronto le seguirían «Kmara» en la Revolución de las Rosas en Georgia, «Pora» en la Revolución Naranja de Ucrania, «Kelkel» en la Revolución Tulipán (o de los Limoneros) en Kirguistán, «Zubr» en Bielorrusia y «MJAFT!» en Albania. Se trata de redes agitativas de casi imposible reciclaje tras la revolución, pero que se constituyen para crear la masa crítica y acercar el

tipping point que lleve a la explosión de las redes. Los albaneses lo mismo organizaban movilizaciones frente a la telefónica local que montan media-buses. Ayudar a la formación de redes sociales mediante campañas es la estrategia de los revolucionarios del nuevo siglo.

Tras el movimiento serbio, que culminó con la caída de Milosevic, el protagonista fue Filipinas, la primera gran «ciberturba» en la que las movilizaciones ciudadanas espontáneas autoorganizadas mediante SMS consiguieron la dimisión del presidente Estrada, un movimiento que parece estructuralmente gemelo al 13-M español y con parecidos muy llamativos con las ciberturbas francesas de noviembre de 2005, de las que hablaremos más adelante.

Las revoluciones ciudadanas en el Este europeo nos enseñan el protagonismo político de las redes sociales con o sin nodos de «enzimas» empujándolas, pero también el papel que juegan las tecnologías en ellas: no sólo son los SMS en Filipinas o España; Kelkel o Zubr son antes que nada blogs, bitácoras agitativas que convocan y realizan actos que favorecen la eclosión de las redes sociales en la escena pública.

La importancia y amplitud de todos estos movimientos, que tienen además consecuencias no sólo locales, sino que modifican los equilibrios internacionales entre potencias cambiando el mapa del mundo, no pueden ser desdeñadas. Desde 2000 estamos viviendo una verdadera Primavera de las Redes, desde Serbia hasta Ucrania, desde Kirguistán hasta Bielorrusia, Kuwait, Egipto y el Mabreb.

Se trata de un movimiento global en el que países con contextos muy diferentes, con trasfondos culturales y religiosos de todo tipo, desarrollan movimientos ciudadanos en red que convierten directamente a la ciudadanía en fiscalizadora de los procesos democráticos, denunciando fraudes electorales, corrupciones y excesos autoritarios de los gobernantes. La Primavera de las Redes es la materialización histórica concreta de la globalización de la democracia y las libertades.

Y tras toda esta experiencia, el blog debe ser visto, también, no sólo como un medio de comunicación distribuido, sino como una nueva forma de organización política que nace espontáneamente dentro de las redes de información distribuida y en la que los individuos viven y representan vidas no separadas, vidas donde lo político, lo laboral, lo personal no está categorizado y compartimentado. Vidas

en pack.

Esta forma nueva, que parte de los modelos contemporáneos de la resistencia civil no violenta, le debe su éxito a la difusión y demostración de un estilo de vida basado en el fortalecimiento colectivo e individual de las personas frente al poder; un fortalecimiento que pasa por pequeños gestos, por bromas, por carteles que, uno a uno, son insignificantes pero que, agregados, minan los consensos implícitos que sostienen el poder. Risas, partidos de fútbol, murales, carteles y rock & roll son las herramientas que, transmitidas y elaboradas colectivamente en red, blogueadas cada día, cuajan en los núcleos activistas de las «Revoluciones de Colores», desde Serbia hasta Ucrania.

El blog resume el carácter de red de estos movimientos revolucionarios. Si la web del nodo activista es un auténtico repositorio de métodos de lucha individual, de propuestas de carteles, eslóganes y pegatinas para descargar y, cómo no, de ecos de las convocatorias que cada grupo autónomo organizaba en las distintas ciudades, el espíritu, el motor, residía en los blogs y las páginas de la propia gente que se unía a la red. Blogs que, por supuesto, mezclaban el análisis político con el relato personal.

El resultado agregado genera la imagen de que los activistas serbios, como luego en Ucrania, estaban agrupados más por un espíritu que por otra cosa, por un fondo de humor subversivo y rock & roll.

La imagen de las nuevas formas de organización se representa mejor con un agregador de blogs que con un portal de consignas como los que solían mantener los partidos. Blogs personales, nodos asociativos, experimentos colectivos o individuales que se agrupan automáticamente en un espacio que les permite compartir lectores y crecer juntos mientras aumentan los debates y las propuestas. Una representación pluriárquica de unos activistas que se entienden a sí mismos como netócratas y saben que pueden proponer y federar, no comandar ni encuadrar; unos activistas que viven su acción y la representan en los blogs como un todo, con muchas dimensiones, no en un aburrido y limitado eje ideológico clásico.

Sustituyendo las graves asambleas por blogs, agregadores y enlaces, cambiando los mítines y las banderas por conciertos rockeros y carteles autoimpresos con lemas provocativos, la revolución se vive en primera persona como algo gozoso, creativo, divertido y pleno, prefigurando el modo de vida por el que se lucha y la

libertad que se anhela en el estilo de vida que se describe. La gente se adhiere a una manera de vivir, a una apuesta por la vida. Como decía al hacer balance de la trayectoria de «Otpor!» el gran Srdja Popovic:

> Ganamos porque amábamos más la vida. Decidimos amar la vida y no puedes golpear eso. Y eso es justamente lo que Otpor hizo. Éramos un grupo de fans de la vida y por eso ganamos.

El fondo, una vez más, es el poder que nos da la red para crear (y demoler) mitos, para ganar el futuro contando historias. Porque la revolución, las nuevas libertades, son un cuento, un hermoso cuento de futuro que se hace realidad cuando nos lo creemos, lo compartimos y empezamos a vivir, hoy ya, en él. Porque, como descubre Popovic el discurso ciberactivista es una lírica.

La lírica, entendida como la forma de proyectar opciones de futuro desde lo que se vive, se siente, se disfruta y se hace en el presente, no es sino la representación en relato de un ethos particular, de una manera de vivir que se plantea como opción entre otras, que no busca anular el campo a las otras ni negarlas. La lírica invita a sumarse sin diluirse, busca la conversación, no la adhesión. Se trata de una opción ética frente a la dimensión excluyente, sacrificial y de confrontación que irremediablemente plantea la épica.

Es cierto que esta distinción no es novedosa en absoluto, salvo tal vez en su traducción al blogging, a ese quiero hacer un hermoso blog como parte de una hermosa vida tan querido de los ciberpunks y los sionistas digitales. Merece la pena, en cualquier caso, retomar el debate literario.

En «Sobre el amor y la muerte», Patrick Süskind confronta al lírico Orfeo –humano y creador mítico de las primeras canciones– con el épico Jesús de Nazaret.

> [Orfeo] había perdido a su joven mujer mordida por una serpiente venenosa. Y está tan desconsolado por la pérdida que hace algo que puede parecernos demente, pero también completamente comprensible. Quiere devolver a la vida a su amada muerta. No es que de por sí pusiera en duda el poder de la muerte ni el hecho de que le correspondiera la última palabra; y mucho menos trata de vencer a la muerte de una forma representativa, en beneficio de toda la Humanidad o de una vida eterna. No, sólo quiere que le devuelvan a ella, a su amada Eurídice, y no para siempre y eternamente,

> sino por la duración normal de una vida humana, a fin de ser feliz con ella en la Tierra. Por eso, el descenso de Orfeo al Submundo no debe interpretarse en modo alguno como una empresa suicida, sino como una empresa sin duda arriesgada, pero totalmente orientada a la vida y que incluso lucha desesperadamente por la vida […]
>
> Hay que reconocer que el discurso de Orfeo se diferencia de forma agradable del rudo tono de mando de Jesús de Nazaret. Jesús era un predicador fanático, que no quería convencer sino que reclamaba un vasallaje sin condiciones. Sus manifestaciones están salpicadas de órdenes, amenazas y el reiterante y apodíctico «pero yo os digo». Así hablan en todos los tiempos los que no aman ni quieren salvar a un solo hombre sino a toda la Humanidad. Orfeo, sin embargo, sólo ama a una y sólo a ella quiere salvar: Eurídice. Y por eso su tono es más conciliador, más amable […] El nazareno nunca comete errores. E incluso cuando parece cometerlos –por ejemplo al admitir a un traidor en su propio grupo–, el error está calculado y forma parte del plan de salvación. Orfeo, sin embargo, es un hombre sin planes ni habilidades sobrehumanas y, como tal, capaz en cualquier momento de cometer un gran error, una horrible estupidez, lo que hace que nos resulte otra vez simpático. Se alegra traviesamente –¿quién podría tomárselo a mal?– de su éxito. Ha conseguido algo que, antes de él, nadie había logrado.

Seguramente muchos cristianos se sentirán excluidos de la visión de Jesús que utiliza Süskind. No importa, no es lo relevante en esta larga cita. Cambien a Jesús por el Ché o por cualquier líder salvífico, por cualquiera que haga de la épica, del sacrificio último, del deseo de morir por otros, la base de su relato de futuro.

La clave que acertadamente señala el autor alemán es que lo épico va indisolublemente ligado al amor a los demás como algo abstracto. Por eso la solución que aporta el héroe es necesariamente totalizadora y pasa por encima de cada uno como forma de resolver el todo. La épica es definitivamente monoteísta en el sentido en que lo son las grandes máquinas teóricas de la modernidad.

Orfeo, la lírica al fin, parte de la humildad del uno entre muchos, del amor y lo concreto, de la persona –que no del individuo–, asumiéndose y proyectándose hacia todos desde el reconocimiento de la diferencia propia y la de cada uno de

los demás. Orfeo ofrece e innova sin intentar elevar ni hacer aceptar a los demás una verdad global única. Por eso su relato se hace aceptable desde la posmodernidad, porque su acción y su relato no pretenden ser el cierre de nada, sino parte de la gran fiesta de su propia vida. Una fiesta con las puertas abiertas. Por eso la lírica abre una conversación. A partir de ella caben tanto la inclusión como un irónico distanciamiento, pero no la excomunión. En la épica, en cambio, sólo cabe la adhesión o la exclusión, pues sólo habla el héroe, hijo del Dios de un logos (razón y palabra) que no reconoce otra verdad que la suya propia.

No hace mucho Desmond Morris dedicó un curioso ensayo a la felicidad: «La naturaleza de la felicidad». La definía como el súbito trance de placer que se siente cuando algo mejora y la fundamentaba como un logro evolutivo de nuestra especie, como el premio genético que recibimos las criaturas de una especie que se hizo curiosa, básicamente pacífica, cooperativa y competitiva para poder adaptarse y superarse en un medio diverso y cambiante.

Morris argumenta que si la felicidad es pasajera es porque está ligada al cambio. Así, el muy reiterado lema de Juan Urrutia «dejarse arrebatar por el cambio» resumiría como ninguno el atractivo irrenunciable de la lírica de la innovación y su perspectiva gozosa del futuro.

La lírica de las redes es un canto del goce, de la felicidad provocada por el cambio. Es una lírica rebelde en tanto que la rebeldía se incorpora a la teoría de las redes sociales: al cantar la felicidad producida por el cambio, por la innovación, al aumentar la expectativa del premio a recibir por quien se una, invita a reducir el umbral de rebeldía del oyente impulsando la extensión de los nuevos comportamientos y, precisamente por ello, la cohesión social.

En este marco, la lírica entendida como el relato de la felicidad, desde la felicidad o en su expectativa, supone una invitación al cambio desde la ejemplaridad del explorador, del cartógrafo que reduce los riesgos experimentando a su propia costa para hacer públicos los resultados. Frente a la épica del conquistador, del combatiente, que prefigura una sociedad de sacrificio y conquista, de individuos sufrientes en pos de un plus ultra, de una victoria final que dé sentido a la Pasión sufrida, la lírica de la innovación social se parece más bien al apasionado relato del naturalista que vive un descubrimiento permanente y progresivo, que sabe el más allá infinito y valora lo recorrido en sí mismo, como una obra completa, como una reinvención permanente, una Resurrección

gozosa.

La épica se adapta mal a las redes, al menos a las de las culturas meridionales, porque es cosa de individuos, de soledades. Prometeo cumple aislado su castigo. El Jesús épico, el del martirio, es un Jesús solitario («Padre, ¿por qué me has abandonado? »). El Cristo de la Resurrección vuelve para relacionarse con otros, visita a los amigos y a su madre, reconstruye la red rota por el agotamiento producido por su propio sufrimiento en quienes le amaban, devolviendo la fe agotada y antecediendo el gran milagro pentecostal: la multiplicidad de la palabra para cada uno de los miembros del cluster original.

Es difícil expresar hasta qué punto, desde la mirada y la práctica de las redes, el individuo es una abstracción aberrante. No somos individuos, somos personas definidas no sólo por un ser, sino por un conjunto de relaciones, de conversaciones y expectativas que configuran una existencia.

Lo que vale para el individuo no vale para la persona. No está en el enemigo nuestro espejo cuando uno no es uno sino varios. El esfuerzo épico es el esfuerzo por obtener una identidad coherente basada en la confrontación, por hacer enemigo de todos lo que es enemigo de uno. Por eso la épica simplifica y homogeneiza. Pero la lírica nos dice que nuestra identidad no reside en lo que es, sino en lo que vemos posible alcanzar, en la felicidad del siguiente cambio, de la siguiente mejora posible. Nos invita, pues, a definirnos sobre el siguiente paso, a llevar la bandera cada cual de nuestro propio curso. Invita a hacer camino, cada cual el suyo, no a aceptar un único destino.

Por ello la épica ve lo colectivo como organización, como molde, como ejército, como resultado de un plan o una voluntad trágica. El Che cuenta Bolivia como un Cristo sufriente abandonado por el pueblo-padre. La lírica relata lo colectivo desde lo común, como la magia (cuya invención, por cierto, atribuían los griegos a Orfeo), como la imagen resultante de un rehacerse de prácticas, de experimentos, de juegos. Nada más lejos de la chejiná cabalística y mesiánica que culmina en el Nuevo Jerusalén que el derecho a la búsqueda de la propia felicidad, que ofrece el contrapunto subversivo y lírico al orden moderno de la Constitución estadounidense.

Y éste es el marco desde el que el poder se define en ambas formas de relato como algo realmente opuesto. En la épica, el poder emerge como resultado de la batalla. Tras ella queda el vacío o un nuevo ciclo fractal de guerra a nueva

escala. Tras la Ilíada, la Orestíada. Del sacrificio de Ifigenia a la persecución de Orestes por su propia madre, media el triunfo de Agamenón: la Troya engañada, vejada y arrasada.

Del relato lírico el poder emerge como consenso, como resultante colectivo de un experimento testado por muchos, de un camino que descubre un hito por el que pasa, para muchos, la forma de construir una existencia arrebatada por el cambio. El poder del lírico emerge de su capacidad para generar nuevos consensos, de diseñar nuevos juegos, nuevas experiencias que muchos o todos en una red entiendan como mejora, como fuente de felicidad para cada uno.

Construir un hermoso blog como bitácora de una hermosa vida. Construir y cantar lo construido. Porque, al fin, ¿puede haber mayor triunfo que el de construir la felicidad desde lo pequeño?

Ciberactivistas

Tan revelador como las formas y los lenguajes de la «Primavera de las redes» fue la incapacidad del poder para entender a qué se estaban enfrentando. Al carecer de una estructura estrictamente jerárquica que supervise y comunique, las viejas organizaciones sienten que sus antagonistas son cada vez más inaprensibles. La clave de las redes distribuidas está en su identidad, en la existencia de un espíritu común que los netócratas modulan a través de mensajes públicos.

Como vimos en las Revoluciones de Colores, nunca la tecnología había sido tan instrumental, tan poco protagonista por sí misma, como en los nuevos conflictos. Ya en los años noventa escribían Arquilla y Ronsfeld en «Swarming and the Future of Conflict»:

> La revolución informacional está cambiando la forma en que la gente lucha a lo largo de todo el espectro del conflicto. Lo está haciendo fundamentalmente mediante la mejora de la potencia y capacidad de acción de pequeñas unidades, y favoreciendo la emergencia de formas reticulares de organización, doctrina y estrategia que hacen la vida cada vez más difícil a las grandes y jerárquicas formas tradicionales de organización. La tecnología importa, sí, pero supeditada a la forma organizativa que se adopta o desarrolla. Hoy la forma emergente de organización es la red.

En este mundo reticular, con una multiplicidad de agentes que actúan autónomamente, coordinándose espontáneamente en la red, el conflicto es «multicanal», se da simultáneamente en muchos frentes, y del aparente caos emerge un «orden espontáneo» (el swarming) que resulta letal para los viejos elefantes organizativos. Esta coordinación no requiere en la mayoría de los casos ni siquiera una dirección consciente o una dirección centralizada. Al contrario, como señalaba el propio profesor Arquilla, en la identidad de red, «la doctrina común es tan importante como la tecnología».

La misma guerra en la sociedad red, la guerra distribuida, es una guerra de corso en la que pequeñas unidades «ya saben lo que tienen que hacer» y saben que «tienen que comunicarse entre sí no para preparar la acción, sino sólo a consecuencia de ella y, sobre todo, a través de ella». En este tipo de enfrentamiento la definición de los sujetos en conflicto, lo implícito, es más

importante que lo explícito (los planes o estrategias basados en líneas causales acción-reacción).

El swarming es la forma del conflicto en la sociedad red, la forma en que el poder es controlado en el nuevo mundo y, al tiempo, la forma en que el nuevo mundo logra su traducción de lo virtual a lo material.

¿Cómo organizar, pues, acciones en un mundo de redes distribuidas? ¿Cómo se llega a un swarming civil? En primer lugar, renunciando a organizar. Los movimientos surgen por autoagregación espontánea, así que planificar qué va a hacer quién y cuándo no tiene ningún sentido, porque no sabremos el qué hasta que el quién haya actuado.

Lo que si sabemos es que todos los movimientos relevantes y auténticamente distribuidos de la última década han tenido dos fases necesarias:

1. Deliberación: localizada en foros y blogs, necesariamente «minoritaria», cuaja los nuevos consensos, que, traducidos en consignas se convertirán en movilización.
2. Movilización: articulada sobre herramientas de difusión (YouTube pero también Facebook o incluso, en mucha menor medida de lo relatado por los medios, Twitter) y de comunicación directa uno a uno como los SMS o archivos digitales con carteles o adhesivos para que cada cual los reproduzca y difunda.

La deliberación tiene mucho de laboratorio social de nuevos discursos. El ciberactivismo con éxito tiene mucho de profecía autocumplida. Cuando se alcanza un cierto umbral de gente que no sólo quiere sino que cree poder cambiar las cosas, el cambio se hace insoslayable. Por eso los nuevos discursos parten del «empowering people», de relatos de individuos o pequeños grupos con causa que transforman la realidad con voluntad, imaginación e ingenio. Es decir, los nuevos discursos definen el activismo como una forma de «hacking social».

Son los nuevos mitos y, además, en un sentido absolutamente posmoderno: no imponen una jerarquía de valores estricta, un juego de valores y un credo, al estilo de los socialistas utópicos o los randianos, sino que proponen «rangos», cauces de una cierta manera de mirar el mundo, de un cierto estilo de vida que será el verdadero aglutinante de la red. Por eso, toda esta lírica discursiva lleva

implícito un fuerte componente identitario que facilita a su vez la comunicación entre pares desconocidos sin que sea necesaria la mediación de un «centro», es decir asegura el carácter distribuido de la red y, por tanto, su robustez de conjunto.

Por eso, es más importante el desarrollo de herramientas que hagan claramente visible la posibilidad del hacking social a los individuos que cualquier convocatoria que podamos organizar. El ciberactivismo, como hijo de la cultura hacker, se reitera en el mito del hágalo usted mismo, de la potencia del individuo para generar consensos y transmitir ideas en una red distribuida.

La idea es: desarrolla herramientas y ponlas a disposición pública. Ya habrá quien sepa qué hacer con ellas. Las herramientas no son neutrales. Desde archivos descargables para hacer plantillas, volantes y camisetas hasta software libre para hacer y federar blogs, pasando por manuales de resistencia civil no violenta con mil y un pequeños gestos cotidianos que propagar; todo esto lo hemos visto en Serbia primero y en Ucrania y Kirguistán después. Y funciona.

Las herramientas tienen que estar pensadas para que la gente, mediante pequeños gestos, pueda reconocerse en otros como ellos. La visibilidad del disenso, la ruptura de la pasividad es la culminación de la estrategia de toda estrategia de empoderamiento.

La visibilidad es algo por lo que hay que luchar permanentemente. Primero online (valga una vez más el ejemplo de los agregadores) y luego offline. La visibilidad, y por tanto la autoconfianza del número, es la clave para alcanzar tipping points, momentos en los que se alcanza el umbral de rebeldía y la información y las ideas se propagan por medio de un número de personas que crece exponencialmente. De ahí la importancia simbólica y real de las ciberturbas, manifestaciones espontáneas convocadas mediante el «pásalo», blog a blog, boca a boca y SMS a SMS.

Un ciberactivista es alguien que utiliza Internet, y sobre todo la blogsfera, para difundir un discurso y poner a disposición pública herramientas que devuelvan a las personas el poder y la visibilidad que hoy monopolizan las instituciones. Un ciberactivista es una enzima del proceso por el que la sociedad pasa de organizarse en redes jerárquicas descentralizadas a ordenarse en redes distribuidas básicamente igualitarias.

La potencia de las redes distribuidas sólo pueden aprovecharla plenamente quienes creen en un mundo de poder distribuido y, en un mundo así, el conflicto informativo adopta la forma de un swarming en el que los nodos van sincronizando mensajes hasta acabar propiciando un cambio en la agenda pública. Y en el límite, la movilización espontánea y masiva en las calles: la ciberturba.

Ciberturbas

Todos tenemos una idea intuitiva de las ciberturbas. Una definición no problemática podría ser:

> La culminación en la movilización en la calle de un proceso de discusión social llevado a cabo por medios electrónicos de comunicación y publicación personales en el que se rompe la división entre ciberactivistas y movilizados.

La idea central es que es la red social en su conjunto la que practica y hace crecer el ciberactivismo, a diferencia de otros procesos, como las Revoluciones de Colores, donde la permanencia de estructuras descentralizadas junto con las distribuidas llevó al mantenimiento de la división ciberactivistas/base social de una forma clara. Como hemos visto, existían «organizaciones convocantes», aunque sólo fueran, a su vez, pequeñas subredes sociales de activistas más que organizaciones tradicionales.

Una de las características definitorias de las ciberturbas es que es imposible encontrar en ellas un «organizador», un «grupo dinamizador» responsable y estable. En todo caso, encontraremos «propositores» originales que en el curso de la movilización tienden a disolverse en el propio movimiento. Entre otras cosas porque las ciberturbas nacen en la periferia de las redes informativas, no en su centro.

El problema con movimientos tan nuevos y que influyen tanto en la agenda política, como los que hemos caracterizado como ciberturbas, es que resulta sumamente difícil discutir sobre ellos o analizarlos sin que la percepción y valoración del receptor estén mediadas por sus consecuencias o por su posición en los debates políticos que abren.

En España ha sido obvio con las movilizaciones de la noche del 13 de marzo de 2004. En Filipinas había pasado antes. Podría parecer que hubiera muchas más oportunidades para el análisis desapasionado en el caso francés, al ser el movimiento tan pobre propositivamente y causar una repulsa tan generalizada. Sin embargo, al haberse confundido mediáticamente con el debate sobre la inmigración, e incluso con el miedo al terrorismo yihadista, tampoco está libre de condicionamientos partidarios.

Como comentábamos en el capítulo anterior, cuando nos acercamos a ellos, lo primero que nos llama la atención es la existencia de una división clara entre una fase deliberativa –de debate– y otra de convocatoria y movilización en la calle. La primera es relativamente amplia, aunque subterránea en la medida en que no se ve reflejada en los medios tradicionales. De hecho, es constatable como en todos los casos los blogs tuvieron un papel fundamental como herramienta, aunque lógicamente, la «conversación» armada por cada uno de ellos involucrara áreas distintas de la blogsfera. De hecho, parece que la tendencia es a que la web tenga un peso cada vez mayor en esta fase, paralelo a la expansión de las tecnologías de publicación personal.

Pasamos de las radios locales y los foros online filipinos del año 2001 a la combinación de medios digitales alternativos, foros y blogs relativamente centrales e ideologizados en el periodo del 11-12 de marzo de 2004 en España, para llegar a la llamada «blogsfera periférica» en el noviembre francés de 2005 y el macrobotellón español de 2006.

En cada caso no sólo el número de emisores aumenta con respecto al anterior, sino también el número total de personas involucradas en la comunicación. En este caso el ejemplo francés es especialmente interesante, en la medida en que ese entorno deliberativo se crea sobre la marcha, de forma relativamente espontánea a partir de un par de «páginas de homenaje» creadas en un servicio gratuito de blogs ligados a una emisora de música, Skyrock.

A los pocos días de comenzar las revueltas la policía francesa ya era consciente de que no se enfrentaba a una explosión irracional de los barrios, sino a una forma contemporánea de violencia urbana organizada, la guerrilla en red surgida espontáneamente a partir de la repercusión de las primeras algaradas. Así lo declaraba la televisión pública francesa:

> Des policiers évoquent aussi l'«émulation» entre groupes, via des «blogs», une compétition entre quartiers voisins ou la recherche d'une exposition médiatique.

Trece días después, tres bloggers fueron detenidos por su papel en las revueltas francesas. Según el diario Liberation:

> Ces blogs, intitulés «Nike la France» et «Nique l'État» ou encore «Sarkodead» et «Hardcore», incitaient à participer aux violences dans les

> banlieues et à s'en prendre aux policiers. Ils ont été désactivés par Skyrock le week-end dernier. L'information a été ouverte pour «provocation à une dégradation volontaire dangereuse pour les personnes par le biais d'internet». Les trois jeunes gens, dont deux de Seine-Saint-Denis (Noisy-le-Sec et Bondy), âgés de 16 et 18 ans et un autre, 14 ans, des Bouches-du-Rhône, avaient été arrêtés lundi matin […]. Les trois jeunes qui «ne se connaissent pas entre eux», avaient «pris comme support» le site internet de la radio Skyrock. […].

Dado el aspecto de los blogs mientras estuvieron abiertos, los tres chicos parecían poco más que «lammers», usuarios muy poco avanzados que normalmente harían un uso lúdico de la red y poco más y que, como escribía en esos días Alejandro Rivero, «lo que pretendían hacer era una página de homenaje y les pilló de sorpresa el que se empleara para pegar convocatorias».

Esto lo confirmaría el hecho de que alojaran sus blogs en Skyblog, un servicio de blogs gratuitos que es el equivalente francés del MSN-Spaces en el mundo hispano, con un perfil de usuario muy similar. Pura «blogsfera periférica», pero masiva. De hecho, se calcula que en el caso hispanoparlante agrupa a más de dos millones de personas. Además, la información señala que «no se conocían entre sí». De hecho, lo más probable es que percibieran a los otros, si habían dado con ellos en la red, como competidores. La competencia, en las redes distribuidas y sobre todo en el marco de un naciente swarming, se convierte en cooperación. Pero evidentemente esto iría más allá de los tres nodos originales. Como señalaba el blogger Alejandro Rivero,

> a lo largo de la semana han aprendido sobre la marcha, autocitándose y linkando unas páginas con otras para evitar tanto los cierres como las sobrecargas técnicas ¡al pasar de 2^14 comentarios!

La multiplicación de nodos (blogs) fácilmente interconectados entre sí (a través de los comentarios) generó un medio de comunicación específico y distribuido, una subblogsfera alojada en Skyblog que en muy poco tiempo se convirtió en todo un ecosistema informativo, a pesar de haber aparecido, como hemos visto, muy toscamente. Se trataba de un subsistema donde emulación y competencia generaron como resultado un óptimo acumulativo (de conocimiento), al permitir muy rápidamente alcanzar la masa crítica de blogs nuevos e implicados, y que por tanto sentó las bases de una cierta forma de cooperación social.

Lo verdaderamente fascinante de esta experiencia es esta convivencia de elementos estructuralmente muy avanzados, muy contemporáneos, propios del swarming (blogs, móviles, acumulación rápida de conocimiento técnico por mera interconexión espontánea de los nodos) con la tosquedad de las intenciones, la ausencia casi total de discurso y estrategia de poder (no se reivindicaba nada más allá de que Sarkozy se disculpara, aunque se expresara mucho).Seguramente por eso, y debido más que nada a las carencias de base generadas por el sistema educativo, la fase deliberativa en el caso francés fue sumamente breve y evolucionó hacia la acumulación técnica de conocimientos en formas de guerrilla urbana, superponiéndose a la coordinación y convocatoria realizada sobre todo mediante teléfonos móviles.

Durante aquellos días los medios de media Europa insistieron en trazar un paralelismo con las revueltas raciales de Los Ángeles en 1994. Pero lo interesante son las diferencias, no sólo en las bajas producidas (53 muertos en LA frente a uno en todos los enfrentamientos callejeros franceses), sino sobre todo en la evolución y la forma. En Los Ángeles las noches y los días fueron igualmente peligrosos y los saqueos fueron constantes. Aunque ambos movimientos acabaron por una mezcla de represión y agotamiento interno (producto de su ausencia de contenido reivindicativo claro), el ciclo (día/noche y entre días) fue radicalmente diferente. En Francia vimos cómo de la violencia espontánea y localizada emergía una conciencia de acción colectiva, de juego/ataque/competencia grupal no sólo en los barrios, sino entre ellos y entre las ciudades. Y como resultado vimos un crescendo tanto en extensión como en capacidad de organización técnica de las algaradas; todo ello sin alejarse más de unas manzanas de casa.

Las revueltas francesas llegaron a convertirse en un swarming nacional para finalmente desinflarse. Se desinflaron porque sus protagonistas adolecían, ya de partida, de una falta de empoderamiento básico: la capacidad para expresar y articular sus necesidades en forma de propuestas. Sin embargo, demostraron una capacidad asombrosa e incomparable con el caso estadounidense para desarrollar conocimientos «técnicos» de guerrilla urbana a base de compartir experiencias. Era asombroso ver los vídeos grabados con teléfonos móviles de los despliegues nocturnos de la policía y cómo eran comentados en los blogs por la mañana.

Junto con esta capacidad para generar conocimiento muy rapidamente, se aprecia en las ciberturbas otra novedad radical con respecto a formas de movilización anteriores. Al no existir una institución –partido, sindicato,

colectivo, etc.– que convoque las movilizaciones, no se puede escenificar un acuerdo o una negociación.

Como señalaba Manuel Castells en un excelente documental sobre la ciberturba del 13-M firmado por Manuel Campo Vidal, estos movimientos tienen el carácter de una «revuelta ética», no existe siquiera un programa mínimo, sino la expresión de unas peticiones muy sencillas ligadas a la naturaleza reactiva del movimiento.

En el caso filipino fueron las pruebas de corrupción del presidente Estrada. En el 13-M el «¿Quién ha sido?» fue una reacción frente a la percepción de manipulación informativa gubernamental en la atribución de la autoría del 11-M. En los disturbios franceses, la exigencia de disculpas al ministro del Interior a raíz de sus declaraciones tras la muerte de dos chavales del arrabal en un encuentro con la policía. En el macrobotellón español, la reivindicación lúdica del espacio público tradicional en nuestra cultura frente a las leyes cada vez más restrictivas de las administraciones. En Túnez las protestas que siguieron a la inmolación de un licenciado que protestaba, desesperado, por no poder mantener su negocio en la calle.

Este carácter genérico de lo vindicado, unido a la imposibilidad de personificar el movimiento en una organización o un líder, da pie a infinitas teorías conspiranoicas más o menos del gusto de los medios.

La tendencia, sin embargo, no es hacia una «cristalización» organizativa de este tipo de movimientos. Al contrario, el papel determinante en todos ellos es la red de teléfonos móviles, que es prácticamente un calco de la red social real y de la «blogsfera periférica», que sigue en su expansión un camino parecido.

Al origen deliberativo de estos movimientos se le pueden aplicar las conclusiones de la crítica que el físico y teórico de redes Duncan Watts hizo del estructuralismo estático y basado en el concepto de centralidad que se enseña en nuestras universidades:

> Implícita en la aproximación [a las redes desde el concepto de centralidad] está la asunción de que las redes que parecen ser distribuidas no lo son realmente. […] Pero, ¿qué pasa si no hay un centro? ¿Qué pasa si hay muchos «centros» no necesariamente coordinados ni incluso del «mismo lado»? ¿Qué pasa si las innovaciones importantes no se generan en el

> núcleo sino en la periferia, a donde los capos gestores de la información están demasiado ocupados para mirar? ¿Qué pasa si pequeños sucesos repercuten a través de oscuros lugares por casualidad y merced a encuentros fortuitos desencadenan una multitud de decisiones individuales, cada una de ellas tomada sin una planificación previa, que se convierten por agregación en un suceso no anticipable por nadie, ni siquiera por los propios actores? En estos casos, la centralidad en la red de los individuos o cualquier centralidad de cualquier tipo nos dirá poco sobre el resultado, porque el centro emerge como consecuencia del propio suceso.

Eso es exactamente una ciberturba, la culminación en una movilización en la calle de un proceso de discusión social llevado a cabo por medios electrónicos de comunicación y publicación personales en el que se rompe la división entre ciberactivistas y movilizados. Es la red social en su conjunto la que practica y hace crecer el ciberactivismo, desde la periferia hacia el centro.

No tiene sentido buscar el origen y la autoría de las convocatorias en una persona o en un grupo. Constantemente hay miles de ellos en la blogsfera proponiendo temas y soluciones para el debate con la esperanza de que cristalicen en una movilización social generalizada. La blogsfera, ese nuevo gran medio de comunicación distribuida, es el autor y el origen de todas estas movilizaciones de los últimos años.

Por eso si definimos «influencia» como la capacidad de un medio, un grupo o un individuo para modificar por sí mismo la agenda pública en un determinado ámbito, hay que remarcar que ningún blog es un medio, la blogsfera es el medio.Un blog concreto, a diferencia de un gran periódico, no puede modificar la agenda pública. La blogsfera, la gran red social de personas que se comunican a través de bitácoras y otras herramientas de publicación electrónica personal, sí, como demuestran, en el límite, las ciberturbas.

Ciberactivismo

De todo nuestro recorrido hasta ahora podemos ya destilar una definición de qué es realmente el ciberactivismo y sobre qué modelos puede operar.

Podríamos definir «ciberactivismo» como toda estrategia que persigue el cambio de la agenda pública, la inclusión de un nuevo tema en el orden del día de la gran discusión social, mediante la difusión de un determinado mensaje y su propagación a través del «boca a boca» multiplicado por los medios de comunicación y publicación electrónica personal.

El ciberactivismo no es una técnica, sino una estrategia. Hacemos ciberactivismo cuando publicamos en la red –en un blog o en un foro– buscando que los que lo leen avisen a otros –enlazando en sus propios blogs o recomendándoles la lectura por otros medios– o cuando enviamos un e-mail o un SMS a otras personas con la esperanza de que lo reenvíen a su lista de contactos.

Por eso todos estamos abocados al ciberactivismo. Lo está un escritor que quiere promocionar su libro, un activista social que quiere convertir un problema invisible en un debate social, la pequeña empresa con un producto innovador que no puede llegar a su clientela o el militante político que quiere defender sus ideas.

De lo que llevamos visto en este capítulo podemos extraer una conclusión: hay dos modelos básicos, dos formas de estrategia. La primera es la lógica de campaña: construir un centro, proponer acciones y difundir la idea. La segunda es iniciar un swarming, un gran debate social distribuido con consecuencias, de entrada, imprevisibles.

No hay un camino intermedio que conduzca al éxito. Ambas estrategias requieren formas de comunicación muy diferenciadas. En la primera se propone, a la manera del activismo tradicional, un tema, un antagonista, unas medidas a defender y una forma de movilizarse. Se invita a la gente a adherirse, no a diseñar la campaña.

En la segunda se inicia un tema y se espera a que «se caliente» en el proceso deliberativo hasta desembocar espontáneamente en una ciberturba o en un nuevo consenso social. Existe una renuncia de partida al control de las formas que en

cada fase vaya a adoptar el proceso y a la posibilidad incluso de abortarlo, porque si intentamos centralizar lo distribuido, si pretendemos quedar como tutores del proceso de debate que abrimos, únicamente conseguiremos inhibirlo y al final no tendremos propuestas claras a las que la gente pueda adherirse.

Si hasta ahora hemos visto las formas políticas que adoptan ambas estrategias, en las páginas siguientes esbozaremos el tipo de comunicación que requieren ambas y sus posibles formas en otros ámbitos, desde la empresa hasta la promoción de actividades asociativas.

La diferencia fundamental entre los dos modelos es la existencia o no de un nodo dinamizador a lo largo de todo el proceso. Si sólo queremos iniciar, prender, un proceso de debate, tendremos que argumentar, señalar, escribir y promocionar lo escrito. Si es posible, celebrar actos presenciales y relatar los que hacen otros, animando a quien podamos a escribir y opinar sobre el tema.

No es fácil iniciar un proceso así. La pequeña historia de las ciberturbas nos demuestra que surgen como respuesta a hechos traumáticos mal gestionados informativa o socialmente por las autoridades, cuando no provocados por ellas mismas. Son reactivas. Cuanto menos universal sea la percepción de que el motor es un hecho de alguna manera «indignante», más lento será el proceso y menos probable será que surja espontáneamente, por mucho que lo estemos animando.

Por eso el modelo de ciberactivismo más frecuente es el que busca la adhesión a una campaña cuyos objetivos y medios han sido diseñados estratégicamente a priori por un nodo organizador.

En general, en este tipo de procesos la claridad y la accesibilidad de la información serán fundamentales. Hace falta ante todo un por qué, un qué y un a quién: por qué hay que movilizarse, qué hay que vindicar en respuesta y frente a quién hay que hacerlo.

Esto, a su vez, obliga a cuidar una serie de elementos de la información:

1. Documentación. Debemos partir de una información exhaustiva, recoger todos los argumentos a favor y en contra de nuestra postura y ponerlos a disposición pública.
2. Discurso. Debemos resumir en dos líneas por qué una persona normal debería movilizarse. En muchos casos vamos a dirigirnos a la gente para

pedirles que reaccionen ante algo que posiblemente no conocen, pero que si conocieran posiblemente tampoco tendría mucho interés para ellos. Tendremos poco tiempo y pocas oportunidades para convencerles, lo que significa que tendremos que ser muy claros en todos nuestros mensajes, maximizar la transferencia de información. Es necesario que sean evidentes los objetivos, los medios y las causas. Si los receptores no tienen claro de qué va el mensaje, no podrán pasarlo ni explicárselo a otros aunque quieran. Tendremos que conseguir que, aun siendo corto y claro, esté lo suficientemente matizado como para que no sea ni un panfleto ni una proclama del fin del mundo.

El mensaje apocalíptico es una falsa tentación. Si se articula bien, puede alarmar lo suficiente a los demás como para que se impliquen, pero ¿y si, por ejemplo, nos enfrentamos a un proyecto de ley y finalmente sale adelante? Es probable que no vivamos de una forma evidente en un 1984 orwelliano al día siguiente de su aplicación, pero seguramente las cosas serán más difíciles para los objetivos que perseguimos y nos hará falta más que nunca crear opinión y movilizar gente. Si vendimos que la alternativa era la retirada del proyecto o el fin del mundo, indefectiblemente perderemos lo más valioso, el ánimo de los que participaron, su confianza en las perspectivas abiertas por sus propias acciones.

3. Elegir los destinatarios últimos de la acción. ¿Qué institución tiene la responsabilidad de lo que reivindica una campaña? ¿A quién mostrarán los adherentes su descontento? ¿A quién trataremos de convencer con nuestros argumentos? ¿Qué pretendemos de aquel o aquellos a los que nos dirigimos?

   Esto es importante porque se trata de plantearnos siempre objetivos alcanzables. Pedir lo imposible sería burlarse del esfuerzo de quienes se movilicen y abriría el camino de la desmoralización posterior.

   Puede que tan sólo persigamos la transmisión del mensaje, la conversión de una historia o un eslogan en meme. No habría antagonista en una campaña de este tipo. Estaríamos ante una campaña de «marketing viral», donde lo que se pretende es simplemente que el receptor retransmita. Pero incluso en estas campañas es muy probable que le pidamos algo más: que participe en el debate de un libro –y, por tanto, que lo lea y tal vez incluso lo compre», que envíe una carta de protesta a una institución o se manifieste frente a

ella, que pruebe un producto o que investigue por su cuenta sobre el cambio climático. Da igual, debemos pedirle que haga algo asequible para él, explicándole claramente por qué si son muchos los que se suman puede cambiar algo contextualmente.

4. Diseño de herramientas. Las herramientas son fundamentales y hay que facilitar que cada persona que entre en relación con la campaña pueda reproducirla en su cluster, en su red social, sin mediación de nadie.

   Se trata en primer lugar de informar, de hacer una pequeña selección de enlaces sobre «qué es» y «por qué nos afecta». Esto puede ampliarse a e-mails y SMS tipo, carteles en formato electrónico que la gente pueda imprimir y fotocopiar, banners que puedan incorporar a su blog, etc.

   Es importante que los logos y demás materiales sean de la campaña, no del grupo, la empresa o el blog desde el que lo lancemos. De este modo favorecemos que otros nodos asuman la campaña como propia simplemente copiando y pegando los materiales en su blog o web, sin tener que darnos una sola referencia. Si de verdad queremos propagar una idea, no debería contrariarnos en absoluto que esto suceda; al contrario, no hay mejor síntoma de que una campaña distribuida se está haciendo bien. Es más, los motivos deberían poder copiarse con facilidad y personalizarse de acuerdo con los intereses de cada cual; por ejemplo, para ponerle el logo de su colectivo de estudiantes, sindicato, asociación vecinal o club rolero. De entrada, todos los nodos, todas las subredes interesan; no temamos que la campaña sea co-firmada por muchos. Cuanto más personalizada sea la comunicación, más fiable será.

5. Visibilidad. El primer elemento para obtener visibilidad ya lo tenemos. Añadiríamos, además, la posibilidad de un «contador», un sitio donde de alguna manera se recoja un censo de adherentes o un diario de la expansión de la campaña. Un blog suele ser una buena solución. No hay nada que genere más ánimo que ver la campaña crecer desde abajo.

   Por otro lado, hay nodos en la red que están a caballo entre la propia red y la comunicación en broadcast: radios comunitarias y emisoras online, periódicos electrónicos, periodistas con blog, incluso grupos de Facebook y otras redes definidas sobre la adhesión. Enviarles un e-mail con un pequeño dossier y documentación puede convertirlos en un nodo muy activo que

abra terrenos y redes para la campaña.

En esta misma línea, hay que hacer un llamamiento para que todo aquel que pueda y se anime mande artículos de opinión y cartas al director a la prensa, especialmente a la local, la más leída en nuestro país (y en casi todos). Se pueden enviar dossieres como el que preparemos para la prensa electrónica (básicamente un e-mail con enlaces y una explicación clara de la campaña) a columnistas regulares de medios locales de quienes sabemos que están particularmente sensibilizados con estos temas.

En una campaña «clásica» el centro «tiraría de base de datos» y organizaría un mailing bastante impersonal que enviaría a personas con este perfil. En la red se trata de que sean los propios adherentes, los agentes activos de la campaña, los que «pasen» la información a sus contactos y conocidos cercanos. Seguro que hay muchos de ellos en situación de enviar artículos a la prensa local o hacer una intervención en la radio local.

Se trata de que cada nodo aporte algo para mejorar la visibilidad de la campaña, descubriendo que su agenda, sus contactos, su red social personal, al agregarse a la de los demás, forma un potente medio de comunicación y un formidable instrumento de acción colectiva sin mediaciones.

La regresión de la web 2.0

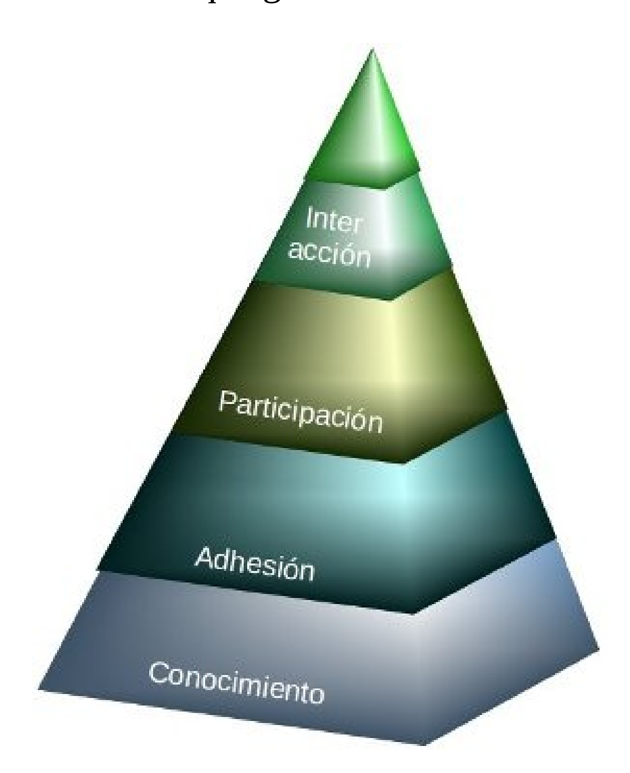
Si atendemos al relato mediático que hicieron en su día, los protagonistas de la revolución tunecina o de las movilizaciones poselectorales iraníes habrían sido twitter y Facebook, no los blogs. El análisis no resiste la comparación entre unos pocos miles de usuarios de twitter y un casi medio millón de blogs actualizándose semanalmente por decenas de miles. Pero los medios tenían sus propios motivos para mantener ese discurso. Twitter, por su propio formato, «recorta la realidad» a la agenda pública que los propios medios generan, hace dependientes a sus propios columnistas del contenido que hacen para ellos (en vez de los blogs, que los independiza) y «reeduca» a los lectores en una relación de centralidad que remite una y otra vez a un único lugar en vez de a una multiplicidad de fuentes. Pero la clave es que fortalece la agenda mediática en la medida en que -aunque sólo sea por la limitación de caracteres- no sirve para construir contexto propio entre los que discuten. Por eso la imagen de la realidad a partir de la que se comparte sólo puede o ser anterior (pequeñas redes de amigos del mundo presencial) o, como comunicación pública, construirse desde el contexto común que nos viene dado a todos en cada estado -el broadcast mediático y su agenda común- simplemente porque es el único contexto a partir del cual no es necesario estar explicándolo todo todo el tiempo.

Pero más allá del interés de los medios, el hecho es que la dupla Facebook-Twitter ha ganado millones de usuarios y sin duda, erosionado el rol político de los blogs. Las consecuencias no son menores. El movimiento del 15M, los famosos «indignados» españoles, seguramente sea la primera movilización realmente articulada en torno a Twitter y los «libros de caras». La falta de los hábitos mismos de la deliberación virtual, comunes y profundos en movimientos como el tunecino o el egipicio, se materializó pronto en la incapacidad para traducir la adhesión de centenares de miles de personas en algo tan simple como una plataforma reivindicativa común. Formado en su mayoría por jóvenes universitarios de clase media, mimado por la prensa y cortejado por influyentes políticos y comunicadores, el movimiento español adoleció, al final, de la misma incapacidad que el noviembre francés para ir más allá de lo expresivo y traducirse en un programa concreto capaz de transformar el entorno.

Para entenderlo debemos entender seguramente que la clave está en la palabra «adhesión». No todas las formas de relación generan la misma capacidad de

compromiso, ni el mismo valor y por tanto no son igualmente aptas para madurar una deliberación colectiva.

El siguiente gráfico, conocido como la «pirámide del compromiso» nos muestra como las topologías de red de los servicios influyen en el valor esperado de las relaciones que generan a su alrededor



El nivel más bajo corresponde al conocimiento de marca y a la más básica de las formas de comunicación centralizada, la publicidad y el «broadcast». Sólo hay un emisor y no se espera más reacción positiva que el acceso a una página o el reconocimiento de un logo. El siguiente nivel, la adhesión, corresponde a medios virtuales también centralizados como Facebook y otros servicios similares. La comunicación sigue teniendo un sólo emisor, pero el receptor responde en términos de agrado/desagrado, con poco coste, como una mera expresión que implica un bajo nivel de compromiso. Un paso más allá tenemos la participación, típica de entornos descentralizados como los ezines, las contextopedias y wikis abiertas. Sigue habiendo una división clara entre emisor y receptor, pero del receptor se espera un grado de compromiso y aporte mayor, que normalmente implica generación de contenidos de forma colaborativa, valoraciones elaboradas, etc. El salto más importante en la generación de valor de la relación corresponde al paso a formas de comunicación basadas en la interacción, propias de medios distribuidos como la blogsfera en las que se

confunde la divisoria emisor/receptor.

Sólo la persistencia en la interacción distribuida acaba generando identidad y por consiguiente comunidad y compromisos sociales e interpersonales suficientes como para elevar programas comunes. Fue la falta de una interacción previa, incluso de una cultura de la interacción, lo que en el noviembre francés y el mayo español imposibilitó ningún acuerdo que no fuera unánime. De unos y otros queda poco más que la expresión de un descontento.

¿Cómo se pasó en el Europa de movimientos distribuidos capaces de poner el cuestión regímenes autoritarios sólidos como el de Milosevic en Serbia que había sabido resistir hasta a bloqueos y bombardeos de la OTAN, a movilizaciones que se ahogaban a la hora de traducirse en propuestas, incapaces de ir más allá de expresar hastío y celebrarse a si mismos? La respuesta es compleja. Los medios jugaron su parte, es cierto, pero las grandes empresas de la red por un lado y las estrategias de los grupos políticos tradicionales por otro también jugaron un papel fundamental, impulsando una verdadera «cultura de la adhesión», materializada en el éxito de Twitter y Facebook, que actúa como verdadero disolvente de cuanto hemos contado hasta ahora.

El año 2007 es el año de la gran celebración dospuntocerista: se multiplican los congresos y conferencias en todo el mundo, los medios hablan continuamente de la Wikipedia y aunque todavía siguen hablando de blogs, empiezan a recoger noticias sobre los primeros pasos de Twitter y el crecimiento de Facebook. La búsqueda «web 2.0» alcanza su máximo histórico según las gráficas de Google Trends, a partir de ahí dibujará una escarpada bajada. El iPhone de Apple sale al mercado.

Es también año de presidenciales en Francia. Sarkozy quiere ganar la batalla de la red. Un mapa publicado entonces muestra a los más de 80.000 blogs que apoyan al candidato. A la cabeza de ellos el famoso bloguero Loïc LeMeur aporta el conocimiento del terreno y el prestigio hacker con el que el candidato quiere resarcirse del susto de las ciberturbas de 2005. Pero el sistema político europeo no es como el americano: las redes no están para recoger fondos, sino para expresar adhesión. No ponen en jaque a los viejos aparatos electorales, que a diferencia de en EEUU no las necesitan para ganar independencia de los grandes contribuyentes, sino que los refuerzan a la manera de una hinchada futbolística. Y la vieja guardia se da cuenta. Tras la campaña se pulsa el botón de apagado.

El día después de las elecciones presidenciales, las gigantescas redes de blogs de ambos candidatos se deshinchan rápidamente. Un sabor agridulce queda incluso entre los seguidores del nuevo presidente. El aparato político, sin embargo, está encantado. Creen haber encontrado una forma de incluir la red en la campaña que la concibe como el aparato de una provincia periférica más. El coste invisible habrá de pagarse más tarde, cuando al intentar legislar sobre Internet, grandes sectores de la blogsfera no se sientan ya comprometidos con el presidente y se dediquen a erosionar su popularidad.

No obstante, un nuevo modelo se está asentando. Tan sólo unos meses después, en enero de 2008, las primarias estadounidenses serán una campaña basada en el prejuicio en la cual a la red no le queda otro papel que el de mero canal para alimentarlo. Romney, Obama y Clinton no salen indemnes. La comunicación política en red se entiende, desde un malévolo infantilismo, como terreno de video-maledicencia y juego de cromos. En ese marco, lo realmente novedoso de la campaña en red de Obama fue unir las técnicas recaudadoras que los demócratas habían ensayado en 2004 con la concepción de hinchada en red de Sarkozy, en una cultura de la adhesión a la que servicios como Facebook se ajustan como un guante.

Adhesión. Esta es la clave de la comunicación y la política en Facebook. La palabra pertenece en ella al líder, que por primera vez se comunica directamente con una masa de adherentes que ya no viven en foros y blogs, sino en pequeñas fichas donde el tamaño mismo de los mensajes difícilmente permite generar reflexiones alternativas y espacios deliberativos autónomos.

Tras la victoria presidencial, Obama escenifica su resistencia a dejar la Blackberry. Hay mucho contenido y densidad simbólica en este gesto. A diferencia de Sarkozy, el líder no quiere dejar la red. Quiere seguir comunicándose directamente con ella. A fin de cuentas, el modelo no es ya el de la emergencia y efervescencia conversacional que asustaba a los aparatos. Se ha convertido, y es el mérito de Obama haberlo entendido, en unidireccional. En una radio alternativa que el presidente pretende utilizar como un nuevo Roosevelt. El país, el pueblo, se ha convertido en un recipientario homogéneo que escucha directamente al hombre que representa la esperanza y habla cada vez más con lenguaje papal, situándose discursivamente por encima de la política. 2008 parece 1932 sin hiperinflación.

Los nuevos servicios estrella serán pronto jaleados por los medios tradicionales.

La campaña presagia ya una estrategia de recentralización de la red en la que Google ha sido pionera. La cultura de la red, que ya había pasado de la interacción de la blogsfera al participacionismo de la Wikipedia, se precipitaba hacia un escalón aún más bajo: la «cultura de la adhesión».

La metáfora de las topologías de red ha de ser leída en sentido contrario. De 2002 a 2005 los relatos de futuro se construían a partir de la blogsfera (una red distribuida) y de la experiencia y consecuencias sociales de la cultura de la interacción que llevaba pareja y que, a las finales, no era sino la experiencia social de la plurarquía en un entorno definido por la lógica de la abundancia.

De 2005 a 2007, los años del dospuntocerismo, el foco mediático recaerá sobre la Wikipedia, Digg y otros servicios web participativos: agregadores de contenidos cuyo crecimiento insinúa una arquitectura de red descentralizada. Discursos que exaltan la cultura de la participación. Pero participar no es interactuar. Se participa en lo de otro, se interactúa con otros. Los nuevos servicios dospuntoceristas se piensan desde la generación artificial de escasez: votar, decidir entre todos los que pasen por ahí la importancia de una noticia o la relevancia de una entrada enciclopédica y, sin tener en cuenta la identidad o los intereses de nadie, producir un único resultado agregado para todos. Todo se justifica sobre el discurso dospuntocerista. El rankismo y el participacionismo se convierten en arietes de una mirada sobre la red donde se recupera la divisoria entre emisores y receptores.

Pero, desde 2008, Facebook y Twitter, dos redes centralizadas basadas en la cultura de la adhesión, se convierten, en parte gracias al tranquilizador reenfoque obamista, en los favoritos de la prensa del mundo. Sus usuarios crecen exponencialmente y hasta el Departamento de Estado recomienda a los disidentes iraníes que los utilicen -en lugar de los blogs- para coordinar sus protestas. Los ciberactivistas chinos pronto descubrirán lo fácil que es censurar o eliminar cualquier medio de comunicación centralizado. Fan-Fou, la versión local de Twitter, se cierra de la noche a la mañana durante los conflictos étnicos en el oeste del país. In-Q-Tel, el fondo de inversiones de la CIA, centra sus inversiones en empresas dedicadas a espulgar y analizar la ingente cantidad de información centralizada por los cada vez más masivos libros de cromos del siglo XXI.

Tampoco es que las grandes compañías tecnológicas se hubieran compinchado con los estados para matar la red en una conspiración de altos vuelos.

Simplemente habían descubierto, por fin, una clave para evitar la disipación de rentas que en Internet había sido aún más característica que en ningún mercado.

Son los casos de éxito favoritos de las revistas económicas: Google, Facebook, Apple… Todos ellos apostaron por competir utilizando la infraestructura como ventaja competitiva, para atesorar la mayor información de los usuarios posible y generar escasez artificialmente mediante «corralitos» cerrados. El iPhone y el iPad se presentan como la forma al fin encontrada de monetarizar Internet y hasta de recuperar el poder de la prensa tradicional. Wired se pregunta -feliz- si la web ha muerto12. La nueva apuesta consiste en conseguir que los usuarios se olviden del navegador, ese peligroso botón de todo lo demás, que pone tan difícil obtener rentas extraordinarias y obliga a innovar continuamente.

En tan sólo ocho años, la evolución de la Web 2.0 ha conseguido revertir -al menos en parte- el desastre que el fracaso de las «puntocom» supuso para los que querían dominar la red sin asumir los valores de un mundo que es al mismo tiempo distribuido y globalizado. Visto ahora con cierta perspectiva, en el periodo 2002-2010, el de la llamada web 2.0, distinguimos tres fases caracterizadas por la preeminencia mediática de un tipo de software o servicio, una topología de red y una forma cultural característica bajo la que se viven las formas de relación derivadas:

1. Blogsfera (red distribuida) y cultura de la interacción (experiencia social de la plurarquía en un entorno definido por la lógica de la abundancia)
2. Wikipedia y servicios web participativos (red descentralizada) y cultura de la participación (la generación artificial de escasez se justifica sobre el discurso dospuntocerista, el rankismo y el participacionismo se convierten en moneda de cambio)
3. Facebook/Twitter (red centralizada), con la reemergencia de una cultura de la adhesión llevada al paroxismo por los libros de caras.

Como en todas las formas culturales, no se trata de fases cerradas, sino de tendencias que conviven y se contrarían entre si ganando y perdiendo terreno constantemente unas a costa de otras. Si el 15M nos muestra los peligros de la «cultura de la adhesión» para el ciberactivismo, la casi contemporánea revolución tunecina nos devuelve a la importancia y la potencia de abrir y alimentar largos y profundos procesos deliberativos. Si la censura china, cerrando de un golpe FanFou, el Twitter vernáculo, nos muestra la debilidad intrínseca de todo sistema centralizado, las dificultades de la represión iraní para

localizar y acallar millares de blogs críticos, cada cual en un servidor diferente y con su propio nombre de dominio, nos devuelve al mundo del swarming y la robuztez de las redes distribuidas.

Como en todas las etapas de cambio histórico, la dominante dependerá de las opciones que tomemos.

Pensando diferente

De todo lo que hemos argumentado hasta ahora convendría remarcar, una vez más, media docena de ideas. Tal vez parezca reiterativo o demasiadas ideas para un libro tan corto, pero su relevancia no puede pasar inadvertida:

1. El mundo, impulsado por el cambio tecnológico, está cambiando la forma de la red en la que se transmite la información.
2. Si la estructura de la información –y por tanto del poder– adoptaba hasta ahora una forma «descentralizada» –con poderes «jerárquicos» e instituciones y personas con «poder de filtro»–, las tecnologías de publicación personal en Internet la impulsan a asumir cada vez más una forma «distribuida» en la que cualquiera puede, potencialmente, encontrar, reconocer y comunicar con cualquiera.
3. Este mundo distribuido ha dado a luz un medio de comunicación a su imagen y semejanza: la blogsfera.
4. En conjunto, este medio de comunicación puede, en partes cada vez mayores del globo y no precisamente de forma más espectacular en los países más desarrollados, cambiar la agenda pública, elevar a tema de debate social cuestiones que los medios tradicionales no abordan o filtran. Un blog no es un medio, pero el conjunto de blogs sí lo es.
5. El ciberactivismo es una estrategia para formar coaliciones temporales de personas que, utilizando herramientas de esa red, generen la masa crítica suficiente de información y debate para que este debate trascienda la blogsfera y salga a la calle o se modifique de forma perceptible el comportamiento de un número amplio de personas. Herramientas descentralizadas o incluso centralizadas como Facebook y otro servicios mal llamados «redes sociales», pueden difundir una movilización que exprese adhesión, malestar o rechazo, pero no impulsar una deliberación capaz de impulsar nuevos consensos sociales.
6. En un mundo con redes distribuidas, todos –empresas, activistas sociales y, en general, cualquiera que quiera difundir una idea lo más ampliamente posible– estamos abocados al ciberactivismo, es decir, a comunicar pensando en la forma en que otros retransmitirán nuestras ideas a otros que, a su vez y si lo hacemos bien, harán lo mismo con otros en una cadena lo más amplia posible.

Todo esto implica pensar en las relaciones sociales, en la dialéctica de la interlocución con otros, de una manera completamente nueva, una manera en la que hay un número indeterminado de agentes activos, de posiciones, de identidades. Vivir y comunicar en red supone previamente aceptar y vivir en diversidad.

De alguna manera llegar a la red es ser exploradores en un nuevo mundo, un nuevo mundo al que no cabe aproximarse desde la lógica de conquista, la explotación o la ocupación. Por eso, mi mito favorito de todos los creados por Hakim Bey es el de Croatan. En su libro más influyente, «Zonas Temporalmente Autónomas», escribía:

> En el colegio nos enseñaron que los primeros asentamientos en Roanoke no fructificaron; los colonos desaparecieron, dejando sólo tras de sí el críptico mensaje «nos vamos a Croatan». Informes posteriores acerca de «indios de ojos grises» fueron desacreditados como leyenda. Lo que realmente ocurrió, según el libro de texto, fue que los indios masacraron a los indefensos colonos. Sin embargo «Croatan» no era una especie de El Dorado; era el nombre de una tribu vecina de indios amistosos. Aparentemente el asentamiento fue simplemente trasladado de la costa a los pantanos de Great Dismal y absorbido por la tribu. Así que los indios de ojos grises eran reales; aún están allí, y aún se llaman a sí mismos Croatans.
>
> Por tanto, la primera colonia del Nuevo Mundo decidió escindir su contrato con Prospero (Dee/Raleigh/el imperio) y pasarse a los salvajes con Caliban. Se descolgaron. Se convirtieron en «indios», se hicieron «nativos», optaron por el caos sobre las roñosas miserias de la servidumbre a plutócratas e intelectuales de Londres.

La potencia del mito radica en la profunda subversión que realiza sobre el nosotros, sobre el concepto mismo de sujeto en el que hemos sido definidos. El indio en el relato de la colonización y conquista de América representa la objetividad del otro, lo humano carente de propósito, frente al nosotros blanco, europeo, que llega para algo, algo contenido en palabras como conquistar, ocupar y obtener.

Conquista y ocupación del territorio para obtener riquezas naturales en la colonización. Conquista de la mujer, que pasa a estar ocupada cuando el hombre consigue obtener sexo de ella en el relato machista de la relación heterosexual. Y

también en el relato de la acción de los media, ocupando espacios sociales, obteniendo exclusivas. O en el de los negocios: conquistando mercados, ocupando nichos, capturando clientes, obteniendo beneficios. Sujeto empresa, público objetivo.

Siempre un lenguaje que remite a lo privativo, a lo propietario, al sujeto (yo-nosotros) como amo de una relación sádica en la que el triunfo perseguido consiste en que el otro pida justamente aquello que se quiere obtener de él y de lo que simbólica o efectivamente se le priva: territorio, naturaleza, sexualidad, información, deseo…

Conquista, épica; al fin, negación del otro convertido en cosa. El mito de Croatan es tan subversivo, tan evocador, nos llama tan profundamente, porque remite al goce, el canto y la felicidad. Recuerda Bey: «volverse salvaje es siempre un acto erótico, un acto de desnudez».

Lo que resuena bajo el relato aparentemente erudito de Bey es una promesa de liberación. Nos fascina el cuento porque intuimos que conceptualizar al otro como objeto es la fuente de nuestra propia constricción, de nuestra propia negación, del vacío que habita bajo la cáscara del definidísimo yo identitario. Pero por lo mismo, la perdida de la ilusión propietaria, exclusiva, también nos hace sentir cercano el vértigo inherente al cuestionamiento más íntimo: aparecen el caos, la mezcla, la pérdida de un origen claro, el fin de un mundo ordenado por objetivos.

El propósito ya no preexiste a nuestra propia existencia, ya no está definido, no es el criterio de verdad de la acción social. Porque un mundo croatanico, un mundo en el que las fronteras entre el sujeto y el objeto se tornan porosas, donde no hay un otro sino que, desprovistos de las ropas de la subjetividad prefabricada del conquistador, desnudos de nuevo, todos somos otros, es un mundo en el que el propósito desaparece como criterio ordenador de la acción.

Y es un mundo donde aparece indomeñable la abundancia de la mano de la economía del regalo, del gesto gratuito, del amor a la belleza. Traspasada la épica, es fácil definir Croatan desde la ética ubuntu, aun sin negar sus conflictos, sin soñarla, ni mucho menos, como el Nuevo Jerusalén. Es fácil pasar de la competencia por privar a otros a la competencia por empoderarles; de la épica del caudillo a la lírica del mumi. Porque como decía una pintada que encontré en Madrid: «¿Sabes que la vida es gratis?»

No piensen esto utopía comunitarista, es simplemente una consecuencia del capitalismo que viene, un mundo en el que las fronteras entre sujetos y objetos, entre productores y consumidores, entre empresas y audiencias prometen tornarse confusas, en el que los propósitos se vuelven vagos, se diluyen. Y con ellos el mundo de los certeros conquistadores deja paso a un futuro de cartógrafos de lo movedizo.